

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan semakin banyak bermunculan toko modern di Indonesia, tentunya telah memberikan alternatif baru bagi para konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dengan system swalayan yang lebih modern dibandingkan dengan warung yang ada dilingkungan pedesaan.

Munculnya toko modern dilatar belakanginya oleh besarnya animo masyarakat pada pasar modern yang nyaman pelayanannya dan tempatnya. Untuk memperoleh kenyamanan dalam berbelanja, banyak masyarakat memilih datang ke toko modern demi memenuhi kebutuhan pribadi atau sekedar melepas kejenuhan.

Bisnis Retail adalah bisnis yang sangat menjanjikan dan akan selalu ada. Bisnis ini memiliki prospek yang cukup bagus karena menyediakan kebutuhan sehari-hari. Dengan peluang yang cukup bagus ini, maka bisnis model ini berkembang cukup pesat disetiap daerah, tidak terkecuali di kecamatan Sampang. Nusamart adalah salah satu dari sekian banyak toko retail yang ada di kota sampang. Nusamart adalah usaha yang didirikan oleh sekumpulan orang yang bergabung dalam sebuah organisasi dan menginvestasikan sejumlah uangnya sehingga berdirilah toko Nusamart. Para anggota daripada Nusamart selain sebagai pemilik modal juga sebagai konsumen tetap.

Konsumen Nusamart tidak hanya berasal dari anggota itu sendiri,

tetapi juga dari masyarakat umum yang membutuhkan kebutuhan sehari-hari bisa berbelanja di Nusamart. Anggota Nusamart tersebar di sebagian wilayah Kecamatan Sampang. Sebagai Anggota diharapkan memiliki loyalitas yang baik untuk memajukan Nusamart, salah satunya dibuktikan dengan berbelanja di Nusamart. Namun dalam beberapa kesempatan penulis sempat menjumpai anggota dari Nusamart berbelanja barang yang di Nusamart ada tetapi berbelanja di toko lain. Tadinya penulis merasa biasa saja, tetapi kejadian ini sering dan dilakukan oleh beberapa anggota. Hal ini menarik perhatian dari penulis untuk mengetahui lebih dalam terkait hal ini.

Dari obrolan singkat dengan anggota tersebut didapat informasi sementara bahwa penyebab daripada anggota tersebut tidak berbelanja di Nusamart adalah karena lokasi Nusamart yang jauh daripada rumah anggota. Selain itu juga pihak toko yang kadang sulit dihubungi saat konsumen ingin membeli sesuatu. Hal inilah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian terhadap lokasi dan pola komunikasi yang dibutuhkan oleh konsumen sehingga tetap menjadi pelanggan daripada Nusamart.

Pelayanan pada perusahaan retail seperti halnya Nusamart sangatlah penting. Salah satu ciri pelayanan yang baik adalah dengan memenuhi ekspektasi pelanggan. Pelayanan terbaik merupakan profit strategy untuk lebih memikat pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghibndari kaburnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus bagi sebuah toko seperti halnya Nusamart ini. Lenna elitan dalam Usmara A (2003)

Selain daripada pelayanan, Lokasi dimana toko itu berada adalah menjadi pertimbangan utama dalam upayanya konsumen untuk melakukan proses transaksi pembelian. Sebagaimana diungkapkan oleh Kasmir (2016) bahwa lokasi adalah salah satu faktor penentu dalam menentukan keputusan pembelian. Sehingga Lokasi toko adalah menjadi sangat penting untuk diperhatikan. Walaupun sekarang ini sudah zaman modern tetapi kita tidak bisa mengabaikan faktor lokasi ini. Karena masih banyak konsumen yang masih senang melakukan pembelianya secara langsung atau *offline* daripada lewat *online*.

Dari berbagai macam pertimbangan di atas dimualia dari fenomena yang penulis temui dilapangan dan beberapa teori yang penulis pelajari lewat bangku kuliah ini, maka dengan ini penulis melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Pelayanan dan Lokasi terhadap keputusan pembelian (Study Kasus di Nusamart Sampang

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diutarakan diatas, maka perumusan masalah penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Nusamart
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris atas:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian
2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut :

a. Secara Teoritis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan ilmu dalam bidang manajemen pemasaran , khususnya dibidang kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi referensi bagi penelitian lainnya di masa mendatang yang bermaksud mengkaji hal yang relevan dengan penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

a. Referensi bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada perusahaan mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Sehingga menjadi pertimbangan toko dalam menentukan strategi pemasaran di waktu yang akan mendatang.

b. Manfaat bagi penelitian lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan khususnya yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian, Kualitas Pelayanan dan Lokasi

F. Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan mencari hubungan asosiatif yang bersifat kausal. Sugiyono (2008: 36) menyatakan bahwa penelitian asosiatif adalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antaradua variabel atau lebih. Hubungan Kausal adalah hubungan yang bersifat seba bakibat.

Jadi dalam penelitian ini ada variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi) Untuk menganalisis variabel independen (X) yang terdiri dari variabel Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y), maka dalam penelitian ini digunakan teknik analisis regresi Linier berganda, dengan teknik tersebut akan dapat diuji hipotesis yang menyatakan ada pengaruh antara variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel dependen (Y), yaitu Keputusan Pembelian.