

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan dunia bisnis yang semakin ketat dalam persaingan dimasa pandemi membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Perubahan makro dalam swktor rill khususnya yang meliputi perdagangan dan jasa termasuk didalamnya bisnis ritel, tetap diharapkan mampu mempertahankan keberadaan perusahaannya. Hal ini mengakibatkan banyak bermunculan bisnis ritel atau perdagangan di Indonesia. Pelaku bisnis harus jeli dalam menyikapi perilaku konsumen dengan mengantisipasi perubahan dan dapat mempertahankan pelanggan agar tetap loyal terhadap produk yang mereka perdagangkan. Dimana pengaruh lokasi dan kualitas pe;ayanan dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembeli pelanggan dimasa pandemi covid-19 pada perusahaan PT.Theo Jaya Abadi.

Ketika seorang pelanggan masuk ke suatu toko mereka tidak hanya memberikan penilaian produk dan harga yang ditawarkan oleh retailer, tetapi juga memberikan respon terhadap lokasi dan pelayanan yang diberikan retailer melalui store layout, display (penataan barang) yang kreatif. Dengan teknologi canggih para pelaku bisnis membuat strategi tempat atau lokasi sebagai tujuan utama bisnis. Dimana konsumen sangat menentukan lokasi dalam keputusan pembelian.

Keputusan pembelian dalam dunia bisnis sangat menentukan kualitas layanan, dimana konsumen akan menentukan pembelian jika dalam suatu layanan perusahaan menawarkan produk yang di inginkan dengan memberikan garansi, jaminan dan diskon. Dengan adanya layanan ini perusahaan ingin produk yang ditawarkannya diminati oleh pelanggan.

Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi guna melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Lokasi yang strategi dan nyaman akan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan perlu memikirkan strategi dalam peningkatan kualitas pelayanan yang lebih baik. Sebab, kenyamanan dan kemudahan dalam menjangkau produk berdasarkan lokasi yang memumpuni mengakibatkan kualitas pelayanan ikut berdampak bagi produktivitas perusahaan.

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan

yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan dinilai sebagai tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan maupun pimpinan perusahaan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin baik segala performa yang dimiliki perusahaan

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas, maka tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Pt. Theo Abadi Jaya Medan”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Lokasi yang kurang efektif sehingga terjadi penurunan pelanggan
2. Kualitas pelayanan yang rendah membuat pelanggan kurang puas
3. Keputusan pembelian tidak akurat dalam memberikan layanan yang dijanjikan

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan?
3. Bagaimana pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pelanggan
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam mempertimbangkan faktor lokasi dan kualitas pelayanan terhadap kinerja karyawan.
- b. Diharapkan bisa dijadikan sebagai tambahan referensi bagi perusahaan ketika perusahaan melakukan pembaharuan program untuk kemajuan perusahaan.

2. Bagi peneliti

Memberikan kesempatan untuk menerapkan teori perilaku konsumen secara langsung atau di lapangan dan memberikan pengalaman serta ilmu bagi peneliti untuk implementasi teori kedalam praktek manajemen.

3. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan menjadi sumber referensi atau bahan literatur bagi yang membutuhkan dalam mengembangkan perusahaan.

1.6. Tinjauan Pustaka

1.6.1 Teori Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Rivaldo (2021 : 11) menyatakan bahwa lokasi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih tempat yang lebih mudah diakses dibandingkan tempat yang sulit dijangkau karena jauh. Lokasi yang mudah dijangkau dapat memberikan keuntungan dalam waktu dan tenaga. Perasaan aman dan nyaman serta memiliki tempat parkir yang luas juga menjadi pilihan konsumen karena dapat memberikan kepuasan pelanggan yang besar.

1.6.2. Teori Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Prabowo (2021, 75) menyatakan bahwa pelayanan dan pemasaran harus dikelola secara optimal untuk menjadi senjata perusahaan dalam menarik minat konsumen namun pada kenyataannya masih banyak permasalahan yang menjadi

hambatan dalam pelayanan dan pemasaran yang berdampak pada tingkat keputusan pembelian konsumen

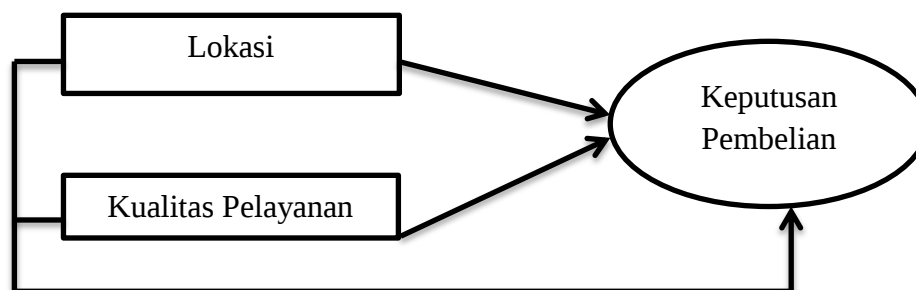
1.6.3. Teori Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Kotler (2011:71), suatu tindakan konsumen untuk membeli sebuah produk merupakan keputusan pembelian. Tiap produsen cenderung menjalankan banyak strategi guna menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada suatu produknya.

1.7. Kerangka Konseptual

Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Kualitas pelayanan merupakan tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan maupun pimpinan perusahaan.

Berikut adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar I.1 Kerangka Konseptual

1.8 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada kerangka konseptual, maka dapat hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

1. Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
3. Lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan atau secara serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.