

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya bisnis ritel di Indonesia semakin meningkat, hal ini menyebabkan persaingan untuk mendapatkan *customers*. Setiap bisnis ritel modern harus membangun keunikan tersendiri, sehingga *customers* dapat membandingkan dirinya dengan bisnis pesaing guna penentuan keputusan dari *customers*. Oleh karena itu, lokasi toko diduga menjadi pertimbangan *customers* dalam keputusan pembeliannya. Lokasi toko yang strategis dan mudah dijangkau cenderung menarik perhatian *customers* untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian.

Lupiyoady (2009:81) menyatakan bahwasanya lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus mengoperasikan. Lokasi ini adalah tempat yang penting bagi pengusaha untuk kegiatan jual beli secara ekonomi. Menurut Lupiyoadi (2009:55), karena tidak mungkin memberikan pelayanan dan agar pelanggan dapat dengan mudah mengakses layanan, maka penjual harus mudah dijangkau oleh pelanggan.

Selain itu, faktor kenyamanan merupakan campuran penting dari berbagai faktor yang ada pengaruhnya pada proses keputusan pembelian *customers*. Saat membeli, *customers* tidak hanya harus melihat barang atau jasa yang diberikan, tetapi juga kondisi lingkungan yang memberikan kenyamanan kepada *customers*. Pengelolaan atau pengaturan suasana toko cukup memiliki pengaruh terhadap *customers* yang melakukan perbelanjaan selain itu faktor lainnya yakni keadaan emosional dalam diri *customers* itu juga tidak kalah penting.

Faktor lain yang diperhitungkan untuk menentukan keputusan pembelian *customers* adalah harga, tingkat persaingan yang tinggi yang diterjemahkan menjadi posisi tawar harga yang berarti harga adalah sesuatu dampak yang penting saat jual beli. Saat ini *customers* sangat sensitif terhadap harga suatu produk. Dalam arti, harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan maka harga yang ditawarkan oleh perusahaan harus sesuai dengan kemampuan *customers*, sehingga pilihan produk tertentu akan dikenakan pada produk tersebut. Suatu produk dapat dengan mudah disukai oleh *customers* jika harga produk tersebut dibutuhkan atau sesuai yang diinginkan *customers*

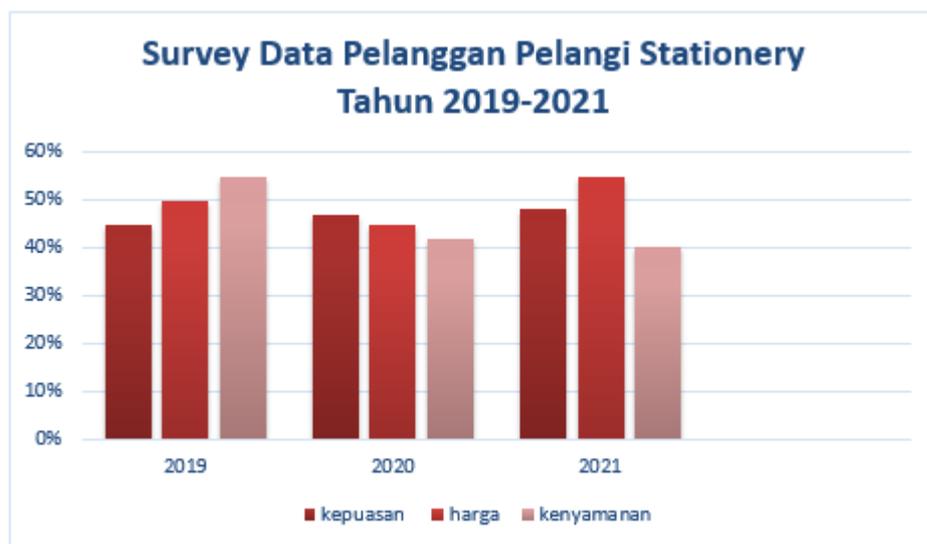
Kotler dan Armstrong (2016: 177) beliau menjelaskan jika, pilihan pembelian akan berlaku dan penting bagi pembeli, komunitas, dan asosiasi memilih, membeli, menggunakan produk, layanan, pemikiran, tanpa henti untuk mengatasi masalah mereka. Keputusan pembelian tersebut yakni tindakan-tindakan yang diambil oleh *customers* setelah mengevaluasi semua alternatif yang tersedia sehingga timbul keinginan untuk membeli (Kotler, 2006: 198). Penelitian ini mengambil objek penelitian di Pelangi *Stationary* yang merupakan toko ritel yang menyediakan berbagai jenis *stationary* dan alat tulis kantor yang lengkap dengan harga terjangkau. Di dalam proses pengembangan pelangi *stationary* membutuhkan strategi pemasaran yang tepat untuk menunjang keberhasilannya dalam bersaing di dunia industri.

Tabel 1.1
Data Survey Pelanggan

Tahun	kepuasan	harga	kenyamanan
2019	45%	50%	55%
2020	47%	45%	42%
2021	48%	55%	40%

Gambar 1.1

Diagram Data Survey Pelanggan



Sumber: Data Perusahaan

Jika dilihat dari data survey kepuasan pelanggan pelangi stationery dalam 3 tahun terakhir terlihat bahwa dari hasil survey diatas jawaban *customers* cenderung stabil dalam 3 tahun terakhir maka peneliti menyimpulkan adanya sesuatu atau hal lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Berdasarkan pengamatan, Pelangi stationery selalu berusaha menciptakan keunggulan kompetitif atas para pesaingnya. Dalam konteks perdagangan tersebut, dapat terjadi persaingan yang berat untuk mempertahankan eksistensinya di antara banyak bisnis ritel di Indonesia pada umumnya. Penelitian ini dilakukan karena masalah kurangnya pelayanan terhadap

pelanggan, namun Rainbow Stationery selalu ramai dikunjungi pelanggan setiap harinya, sehingga muncul ide apakah mengadopsi lokasi toko sangat strategis, kenyamanan dan dari segi harga sangat baik membuat faktor-faktor tersebut hidup berdampingan satu sama lain, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berpegang pada keterangan yang telah diuraikan peneliti maka judul penelitian ini yakni **“PENGARUH LOKASI, KENYAMANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGI STATIONARY CABANG SIDOARJO”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo?
2. Apakah kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo?
3. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo?
4. Apakah lokasi, kenyamanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Jika dari pemaparan uraian diatas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian yaitu:

1. Guna meneliti lokasi mempengaruhi keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo.

2. Guna meneliti kenyamanan mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo.
3. Guna meneliti harga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo.
4. Guna meneliti lokasi, kenyamanan dan harga mempengaruhi terhadap keputusan pembelian pada Pelangi *Stationary* cabang Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

- A. Diharapkan hasil dari penelitian ini guna memberi kontribusi bagi pengembangan pengetahuan di bidang pemasaran
- B. Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi peneliti dalam mengembangkan pengetahuan dan kompetensi peneliti yang diperoleh selama penelitian

2. Secara Praktis

- A. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Pelangi *Stationary*.
- B. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan atau alternatif pertimbangan ke masyarakat khususnya *customers* Pelangi *stationary* dalam mengembangkan usaha dalam bidang bisnis serupa dengan mempertimbangkan segi lokasi, *store atmosphere* dan harga yang bagus dan menarik untuk meningkatkan keputusan pembelian *customers*.

C. Bagi peneliti selanjutnya, semoga hasil-hasil dari penelitian skripsi guna sebagai refrensi untuk peneliti kedepannya