

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat, hal tersebut dapat di lihat dari beraneka ragam jenis sektor industri bisnis yang mulai bermunculan di Indonesia. Hal tersebut tidak lepas dari persaingan bisnis dan globalisasi bidang ekonomi yang semakin ketat. Untuk itu pelaku usaha bisnis di tuntut untuk mengerti dan memahami kebutuhan dan keinginan yang di harapkan oleh konsumen untuk dapat di implementasikan dalam dunia bisnis.

Salah satu sektor industri yang sedang berkembang saat ini adalah sektor industri perhiasaan. Dewasa ini masyarakat memanfaatkan kelebihan dana yang dimiliki untuk melakukan suatu investasi. Jenis investasi yang dipilih perlu dipertimbangkan dalam memutuskan investasi yang tepat pada kelebihan dana yang dimiliki. Hal ini menjadikan persoalan yang berkaitan dengan keputusan yang dilakukan konsumen untuk melakukan investasi yang tepat. Dari berbagai jenis investasi, logam mulia emas dipilih sebagai salah satu produk investasi terbaik di masyarakat.

Menurut Kusnandar (2010) Emas adalah logam yang padat, lembut, mengilat, dan juga logam yang paling lentur di antara logam mulia lainnya. Selain itu, sepanjang sejarah peradaban manusia emas telah identik dengan simbol kekayaan dan kemewahan. Saat ini emas sudahlah tidak asing lagi, selain berbentuk emas batangan yang dapat disimpan, emas telah dikembangkan dalam bentuk perhiasan bermacam-macam seperti : cincin,

kalung, gelang, liotin, gesper (kepala sabuk), bros, sampai jam tangan. Emas dipilih sebagai salah satu pilihan produk pembelian yang tepat pada konsumen dalam konteks investasi terdapat sebelas alasan berinvestasi emas, selain tidak terpengaruh inflasi (*zero inflation*), emas memiliki kelebihan-kelebihan lain meliputi : aman, perlindungan (*protection*), mudah dicairkan, terjangkau semua kalangan, mudah dipindahkan (*portable*), tahan lama (*durable*), aset yang bisa dipegang (*tangible asset*), sangat pribadi (*privacy*), risiko rendah (*low risk*), bebas pajak dan administrasi (*tax and admin free*), keindahan dan kebanggaan (*beauty and pride*) .

Toko Bukit Mas ini merupakan toko yang berlokasi di pasar Krian Kabupaten Sidoarjo, yang dimana menjadi pilihan konsumen sebagai tempat belanja perhiasan di Krian. Dengan suasana toko yang nyaman, bersih serta pencahayaan toko dengan warna cat yang sesuai, dan ditunjang letaknya yang strategis, konsumen akan mudah menjangkaunya dengan kendaraan pribadi maupun dengan angkutan umum.

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Menurut Basu Swastha (2011:10), perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Bukit Mas yang terletak di Pasar Krian Sidoarjo yaitu lokasi, kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Pilihan lokasi sangat penting bagi perusahaan untuk memasarkan suatu produk barang atau jasa menurut Berman dan Evans (Fure, 2013:4), lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran, pemilihan lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis. Lokasi suatu usaha adalah lokasi yang strategis, dekat dengan keramaian, memiliki akses yang mudah.

Produk Emas memiliki kepuasan tersendiri dalam mengkonsumsinya. Khususnya perhiasan, semakin tinggi kadar perhiasan emas, maka semakin mahal harganya, semakin berkilau warnanya dan lebih tahan lama untuk berubah. Maka dapat diartikan kualitas produk berperan mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan dari produk untuk menjalankan fungsinya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Luthfia, 2012).

Untuk meningkatkan keputusan pembelian, perusahaan dituntut untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Karena konsumen pengguna produk biasanya memilih kualitas pelayanan paling baik dan mampu memenuhi kebutuhan mereka akan layanan. Sebaliknya perusahaan yang memiliki kualitas pelayanan yang kurang baik dan tidak mampu memenuhi kebutuhan konsumen akan ditinggalkan oleh konsumennya. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sehubungan dengan adanya faktor-faktor tersebut yakni: lokasi, kualitas produk, dan pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Emas Di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang disampaikan dimuka, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah lokasi, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo?
2. Apakah lokasi, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo?
3. Diantara variabel lokasi, kualitas produk, dan pelayanan variabel manakah yang paling berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah penelitian selesai. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk, dan pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo.
2. Mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk, dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian emas di Toko Bukit Mas Cabang Krian Sidoarjo.
3. Mengetahui variabel yang berpengaruh secara dominan antara lokasi, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian emas pada Toko Bukit Mas Sidoarjo.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen STIE Mahardhika Surabaya, diharapkan penelitian ini juga bermanfaat bagi:

1. Untuk menambah pengetahuan mahasiswa manajemen khususnya bidang pemasaran tentang pengaruh lokasi, kualitas produk, dan layanan terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menambah tingkat pengetahuan mahasiswa manajemen khususnya bidang pemasaran tentang pengaruh lokasi, kualitas produk, dan layanan terhadap keputusan pembelian secara uji parsial dan uji simultan.
3. Sebagai bahan referensi untuk pengembangan penelitian selanjutnya tentang variabel lokasi, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian.