

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manajemen pemasaran merupakan aspek yang harus selalu di perhatikan agar bisnis dapat beradaptasi dalam persaingan. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha dibidang retail, salah satunya adalah bagaimana mereka dapat menarik konsumen dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan Pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk yang diberikan oleh perusahaan yang bersangkutan selama tamu atau calon konsumen berada di perusahaan untuk mencari informasi ataupun pelanggan yang sudah menggunakan jasa tersebut.

Keputusan Pembelian penting di perhatikan agar Keputusan Pembelian yang baik dan terencana dapat membantu perusahaan mencapai efisiensi, pertumbuhan, dan kesuksesan jangka panjang. Oleh karena itu, penting untuk melibatkan berbagai departemen, melakukan riset yang teliti, dan mempertimbangkan semua aspek yang relevan sebelum membuat Keputusan Pembelian yang penting untuk perusahaan (Ayu, 2023).

Berdasarkan informasi yang di peroleh dari data boks dapat di lihat dari data berikut :

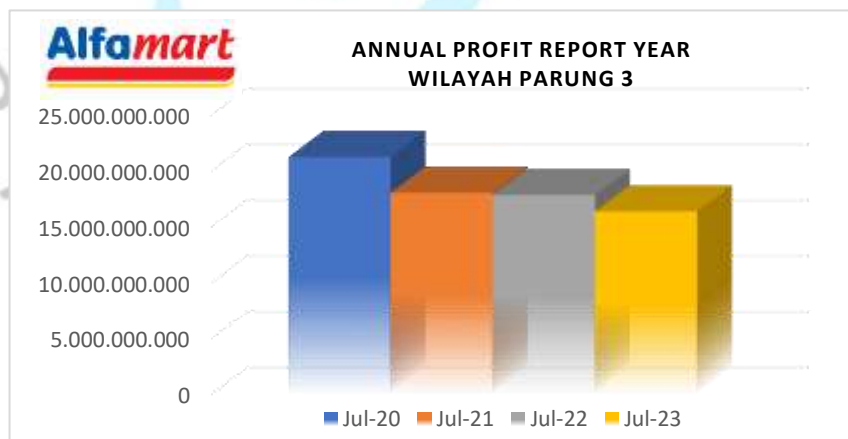


Gambar 1.1 Peringkat Alfamart

Sumber : Euromonitor, 2022

Berdasarkan data Euromonitor yang dikutip dalam laporan tersebut, Alfamart menempati peringkat pertama sepanjang 2022 Alfamart mencetak pendapatan Keputusan Pembelian sebesar USD 7,62 miliar, meningkat 40% dibanding 2021.

Walau secara umum mengalami peningkatan tetapi tidak semua kios Alfamart mengalami peningkatan seperti kios Alfamart di parung yang datanya dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1.2 Annual Profit Report Year Alfamart Parung 3

Sumber : DC Alfamart Parung 3

Berdasarkan Gambar 1.2 data keuntungan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk parung 3 di Jl. Raya Parung - Gunung Sindur Jul-20 sebesar Rp. 21.210.393.000, Bulan Jul-21 sebesar Rp. 18.019.192.221, Bulan Jul-22 sebesar Rp 17.819.282.021, Selama bulan Jul-23 sebesar Rp 16.353.221.891 dari data tersebut terlihat penurunan yang cukup signifikan.

Terdapat semakin banyak gerai Alfamart diberbagai tempat, namun tidak semua gerai ramai dikunjungi konsumen. Pemilihan dalam Lokasi seharusnya memiliki jumlah populasi di penduduknya. Jika Lokasi tidak Fasilitas lahan parkir yang luas maka harus mencari parkir umum di dekat restoran. Kurangnya akses lalu lintas yang mudah serta Lokasi kurang dapat di lihat. Lokasi Pelayanan jasa yang digunakan dalam memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci. Keputusan mengenai Lokasi Pelayanan yang akan digunakan melibatkan pertimbangan bagaimana konsumen melakukan Keputusan Pembelian.

Untuk meraih keberhasilan, pemasar harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan Keputusan Pembelian. Secara khusus pemasar harus mengidentifikasi siapa yang membuat Keputusan Pembelian (Kotler,2019). Keputusan membeli merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Assauri, 2018).

Untuk mengetahui jelas gambaran Fasilitas, Lokasi dan juga Pelayanan, penulis memberikan Pra Survei sebanyak 50 kepada pembeli Alfamart parung 3 yang berlokasi Jl. Raya Parung – Gunung Sindur dan di dapati hasilnya :

Tabel 1.1 Pra Survei

NO	Pertanyaan	Ya	Tidak
1	Menurut Anda apakah Lokasi Alfamart Gunung Sindur cukup baik untuk berbelanja ?	13 (26%)	37 (74%)
2	Apakah Pelayanan pada Alfamart Gunung sudah baik ?	28 (56%)	22 (44%)
3	Menurut Anda apakah Fasilitas pada Alfamart gunung Sindur sudah baik ?	8 (16 %)	42 (84%)

Sumber : Di tulis oleh penulis, 2023

Di dapati bahwa sebanyak 37 atau 74% dari 50 konsumen memilih tidak pada Lokasi tersebut, berdasarkan Pelayanan masih terdapat 22 konsumen atau 44% dari 50 yang memilih tidak pada Pelayanan dan pada Fasilitas sebanyak 42 konsumen (84%) dari 50 memilih tidak pada Fasilitas Alfamart Gunung Sindur. Jadi dapat di simpulkan bahwa 3 aspek tersebut masih terdapat permasalahan yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Berdasarkan kedua data tersebut maka penting untuk di kaji dari aspek Lokasi, Pelayanan dan Fasilitas untuk menggambarkan pengaruh pada Keputusan Pembelian, khususnya pada Alfamart Parung 3 yang mengalami penurunan cukup signifikan pada penjualan, Didasari penelitian yang di lakukan Fajri (2019) bahwa Lokasi, Pelayanan dan Fasilitas dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dan juga menurut Keller & Swaminathan (2020) bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian yaitu Lokasi, Pelayanan dan Fasilitas.

Menurut Philip Kotler dalam (Rangkuti,2017) mengemukakan bahwa Pelayanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas yang bermanfaat atau yang diberikan oleh satu atau beberapa pihak kepada pihak lain untuk dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan yang pada dasarnya bersifat berwujud dan tidak akan menimbulkan kepemimpinan apapun kepada yang menerimanya. Pelayanan penting di perhatikan agar suatu usaha bisa meningkatkan Keputusan Pembelian hal ini sejalan dengan penelitian Arif (2020) bahwa Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Kotler (2018) Pelayanan adalah setiap kegiatan/tindakan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun.

Lupiyoadi (2019) mengemukakan definisi Lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas melakukan operasi. Swastha (2019) menyatakan bahwa Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktifitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak Lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi. Lokasi merupakan struktur fisik dari sebuah usaha yang merupakan komponen utama yang terlihat dalam membentuk kesan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan dalam melakukan penempatan usahanya dan kegiatan dalam menyediakan saluran Pelayanan yang dibutuhkan oleh konsumen (Utami, 2019). Menurut hasil penelitian Fahmi (2023), Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Fasilitas merupakan penampilan, kemampuan sarana prasarana dan keadaan lingkungan sekitarnya dalam menunjukkan eksistensinya kepada eksternal yang meliputi Fasilitas fisik (gedung) perlengkapan dan peralatan (Lupiyoadi,2019). Menurut Wisman (2020) Fasilitas berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Tjiptono (2018) Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dan hasil penelitian Sugih (2019) bahwa Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian

Penting penelitian ini di lakukan agar mengetahui penyebab penurunan yang disebabkan pada masih terdapatnya permasalahan pada Fasilitas, Lokasi dan Pelayanan yang di dasari jawaban pra survei.

Berdasarkan fenomena permasalahan yang ada yaitu rendahnya Keputusan Pembelian yang di sebabkan Lokasi, Pelayanan, dan juga untuk dapat mengambil keputusan secara cepat, tepat dan juga Improvisasi bagi perusahaan untuk

membuat sebuah keputusan mengenai Keputusan Pembelian, maka dari itu penulis menetapkan judul penelitian “**PENGARUH LOKASI, PELAYANAN, DAN FASILITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS MINIMARKET ALFAMART PARUNG 3).**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang terjadinya masalah penurunan penjualan pada Alfamart 3 Gunung Sindur, maka rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart ?
2. Apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart?.
3. Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan Masalah yang telah di rumuskan diatas dapat dijelaskan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Mengetahui apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart
2. Mengetahui apakah Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart
3. Mengetahui apakah Fasilitas berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Alfamart

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang sudah di jelaskan di atas dapat di uraikan beberapa manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

Manfaat teoritis

1. Sebagai akademisi bahwa penelitian ini agar dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya
2. Untuk penelitian yang akan datang semoga dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh dari Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Manfaat Praktis

Semoga penelitian ini bermanfaat menjadi literatur penelitian dan juga bisa menjadi improvisasi dalam bidang Keputusan Pembelian khususnya perusahaan Alfamart.