

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan kalangan usaha yang kian laju merupakan sebuah pertandaan bahwa semakin banyak perusahaan mulai berjalan di bidang perdagangan. Baik itu dalam bentuk perdagangan seperti toko, swalayan, minimarket, usaha perdagangan maupun usaha perdagangan lainnya. Hal ini membuat kondisi persaingan antara perusahaan semakin ketat dalam menawarkan produk kepada pelanggan. Dengan adanya persaingan dalam kalangan usaha, para pengusaha didorong untuk selalu aktif dan berpartisipasi dalam mengambil keputusan-keputusan yang tepat untuk menguasai pasar.

Ketentuan yang wajib dicapai sebuah perusahaan untuk berhasil dalam persaingan dunia usaha ialah berjuang meraih tujuan perusahaan dengan memilih strategi pemasaran yang tepat untuk menguasai peluang pasar yang ada. Maka dari itu sebuah perusahaan wajib mengerti sebenarnya apa yang harus dilakukan untuk kelancaran usahanya, dikarenakan pelanggan akan lebih ketat melakukan pemilihan dalam membeli sebuah kebutuhan. Sebagai perusahaan juga harus bisa mempengaruhi pelanggannya untuk bersedia membeli barang yang dipromosikan oleh pihak perusahaan. Pelanggan yang mengambil keputusan pembelian terhadap barang yang ditawarkan terpengaruh oleh harga, produk, kualitas pelayanan beserta lokasi perusahaan (Kotler).

Elemen utama yang wajib di genapkan oleh sebuah perusahaan ialah lokasi. Menurut (Mardani, Yani, & Napisah, 2020, p. 97) Lokasi berperan penting sebagai tempat atau letak sebuah perusahaan beroperasi dan beraktivitas untuk menciptakan barang beserta jasa yang mengutamakan aspek ekonomi. Pemilihan lokasi yang tepat merupakan sebuah keputusan yang sangat penting bagi perusahaan. Sebagai perusahaan harus mempertimbangkan dengan baik terhadap keputusan pemilihan lokasi perusahaan, disebabkan lokasi perusahaan merupakan modal perusahaanyang bersifat jangka panjang yang dapat mempengaruhi iklim ekonomi sebuah perusahaan.

Elemen lain yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ialah variasi produk. Maksud dari variasi produk merupakan suatu kebijakan perusahaan yang menganekaragamkan produk sesuai tujuan untuk memudahkan pelanggan dalam mendapatkan produk sesuai dengan keinginan beserta kebutuhannya. Pelanggan akan melakukan pembelian jika kebutuhan dan keinginannya terpenuhi. Dengan adanya variasi produk, perusahaan memiliki ciri karakteristik yang khusus untuk mempengaruhi pelanggan dalam melakukan pembelian pada perusahaan.

Elemen yang tidak kalah penting untuk digenapkan oleh perusahaan ialah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan berperan penting bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis. Pelanggan akan melakukan pembelian apabila pelayanan yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan sesuai ekspektasinya. Perusahaan dengan adanya kualitas pelayanan yang unggul,

menjadi nilai tambahan yang dapat mempengaruhi pelanggan untuk melakukan pembelian yang secara rutin pada perusahaan.

Keputusan pembelian merupakan sebuah pemilihan keputusan antara dua atau lebih alternatif pilihan oleh pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh sikap pembelian akhir pelanggan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Apabila pada keputusan akhir pelanggan merasa kebutuhannya tercapai, maka pelanggan akan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian ulang. Keputusan pembelian ulang oleh pelanggan memiliki dampak yang baik bagi perusahaan, yaitu dapat meningkatkan tingkat penjualan.

PT Setia Jaya Batam berdiri sejak Oktober tahun 2017 oleh Bapak Gie Hin di Batam. PT Setia Jaya Batam merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran produk-produk keselamatan kerja atau dikenal dengan sebutan *Safety Equipment*. Produk-produk yang dipasarkan berupa : wearpack, sepatu safety, kacamata safety, helm safety, rompi safety. Usaha bisnis ini dikelola langsung oleh Bapak Gie Hin dengan memasarkan berbagai produk keselamatan kerja kepada perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang Shipyard. Dengan adanya berbagai variasi produk keselamatan kerja yang dipasarkan atau ditawarkan sehingga membuat pelanggan dapat mengambil keputusan pembelian produk keselamatan kerja pada PT Setia Jaya Batam.

Permasalahan yang terjadi pada PT Setia Jaya Batam adalah terkait lokasi perusahaan yang jauh dari kota. Apabila lokasi perusahaan berada di tengah - tengah kota Batam seperti area Nagoya dan Batam Center maka akan

mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk-produk keselamatan kerja secara rutin pada PT Setia Jaya Batam. Selain permasalahan lokasi perusahaan, permasalahan yang terjadi pada PT Setia Jaya Batam adalah terkait berbagai variasi produk keselamatan kerja yang ditawarkan oleh perusahaan, mulai dari produk yang bervariasi, diikutidengan merek produk masing-masing, kualitas produk barang yang bagus dan biasa, berbagai variasi warna dan ukuran yang bisa di pilih dan lain-lain, sehingga pelanggan sulit mengambil keputusan untuk melakukan pembelian produk keselamatan kerja yang tersedia, banyaknya variasi produk tersebut dapat dilihat pada “ Data Penjualan Produk Keselamatan kerja” pada PT Setia Jaya Batam selama periode bulan Maret hingga bulan Agustus tahun 2021.

**Tabel 1.1** Data Penjualan Produk Keselamatan Kerja

Produk Keselamatan Kerja			Bulan						Jumlah
Produk	Merek	Kualitas	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	
Wear pack	Red whell	Bagus	7	1	4	5	11	0	28
	No. Brand	Biasa	3	5	10	0	1	3	22
Sepatu Safety	D&D	Bagus	4	0	5	0	3	1	13
	Berent	Biasa	15	2	1	7	3	8	36
Kaca mata Safety	King's	Bagus	10	15	3	8	0	1	37
	Voss	Biasa	5	12	3	0	2	20	42
Helm Safety	Master	Bagus	3	6	3	7	0	9	28
	KD	Biasa	4	10	16	1	3	5	39

Rompi Safety	High light	Bagus	24	0	4	7	5	2	42
	Polos	Biasa	0	1	1	1	11	4	18

**Sumber Data** : PT Setia Jaya Batam

Berdasarkan Tabel 1.1, dapat dilihat penjualan berbagai macam produk keselamatan kerja yang tidak stabil pada setiap bulan, terbukti bahwa pelanggan akan sulit mengambil keputusan pembelian terhadap banyaknya variasi produk yang disediakan oleh PT Setia Jaya Batam. Dengan ketidakstabilan penjualan produk keselamatan kerja setiap bulan, perusahaan sebaiknya mengalihkan produk-produk keselamatan kerja dalam 1 (satu) merek, untuk memudahkan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam. Permasalahan yang juga terjadi pada PT Setia Jaya Batam ialah kualitas pelayanan yang masih kurang, yaitu respons atau tanggapan yang lambat terhadap pelanggan, sehingga pelanggan akan kecewa dan tidak akan mengambil keputusan pembelian produk pada perusahaan. Hal ini pihak perusahaan sendiri harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya dengan merespons atau memberi tanggapan terhadap pelanggan dengan cepat, agar kedepannya pelanggan akan tetap mengambil keputusan pembelian produk-produk keselamatan kerja pada PT Setia Jaya Batam.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis terdorong melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Lokasi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Setia Jaya Batam.**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berlandaskan pada uraian dari latar belakang pada sub bab sebelumnya, adapun identifikasi masalah , antara lain,

1. Lokasi keberadaan perusahaan terhambat dalam proses pengantaran di luar area jangkauan perusahaan.
2. Banyaknya variasi produk perusahaan yang menawarkan produk kepada pelanggan, sehingga pelanggan kesulitan dalam menentukan produk yang diinginkan.
3. Adanya respons atau tanggapan yang lambat dapat menghambat permintaan pelanggan.
4. Pelanggan akan melakukan pembelian kembali atau pemesanan ulang jika produk yang ditawarkan sesuai dengan kinerja produk yang diharapkan pelanggan.

## **1.3. Batasan Masalah**

Dikarenakan memiliki cakupan yang sangat luas, sementara waktu yang diberikan kepada penulis untuk melakukan penelitian sangat terbatas, sehingga peneliti melakukan pembatasan sebagai berikut.

1. Variabel independen : Lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan.
2. variabel dependen : keputusan pembelian.

#### **1.4. Rumusan Masalah**

Untuk penyusunan penelitian ini bisa memfokuskan pada permasalahan utama dan bisa menjadi arahan dalam penelitian, sehingga penulis menyimpulkan dari pembatasan masalah untuk diuraikan sebagai rumusan masalah, yakni :

1. Bagaimanakah pengaruh lokasisecara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam ?
2. Bagaimanakah pengaruh variasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam ?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam ?
4. Bagaimanakah pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Berlandaskan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya, penulis menguraikan beberapa tujuan penelitian, yakni :

1. Untuk menganalisis pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian padaPT Setia Jaya Batam.
2. Untuk menganalisis pengaruh variasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam.

4. Untuk menganalisis pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang diteliti oleh peneliti akan menyampaikan beberapa kegunaan ataupun manfaat, yakni :

#### **1.6.1. Secara Teoritis**

Penelitian yang diteliti ini mampu menambah pengetahuan dan analisa tentang hasil persepsi lokasi, variasi produk beserta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Setia Jaya Batam. Dan mampu dipergunakan untuk referensi selanjutnya.

#### **1.6.2. Secara Praktis**

##### **1. Bagi Peneliti**

Skripsi ini digunakan untuk memahami lebih lanjut pengetahuan pada segi pemasaran dalam implementasi atas konsep-konsep yang telah didapatkan semasa perkuliahan dan sebagai penambah pengetahuan akan kejadian ril yang ada dalam kalangan bisnis.

##### **2. Bagi Pelaku Usaha**

Menjadi bahan dasar untuk mengambil keputusan dan menjadi pedoman untuk menetapkan prosedur-prosedur yang akan dilaksanakan perusahaan pada masa depan.

##### **3. Bagi Universitas Putera Batam**

Sebagai arsip perkuliahan dan sumber referensi yang bermanfaat bagi civitas akademik beserta sebagai sumber referensi dalam melaksanakan

penelitian berikutnya yang memiliki hubungan dengan manajemen bisnis bagian pemasaran.