

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis ritel merupakan usaha yang menjual produk kebutuhan rumah tangga, kebutuhan sehari – hari yang memakai sistem swalayan (konsumen mengambil barang atau produk sendiri tanpa ada yang melayani). Contoh salah satu bisnis ritel yang ada di Jakarta saat ini adalah Indomaret. Indomaret yaitu sebuah minimarket yang bergerak di bidang perdagangan barang eceran dan penyediaan kebutuhan pokok yang berada hampir diseluruh kota yang ada di Indonesia (Karundeng et al., 2021).

Hariyadi (2016) berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada minimarket di Semarang, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu dari ke 15 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di minimarket, ternyata dapat diringkas menjadi 5 faktor (karena mempunyai faktor loading tertinggi di setiap kelompok faktornya) dengan diberi nama faktor kecepatan pelayanan, faktor variasi barang, faktor kedekatan lokasi, faktor pengaruh keluarga, dan faktor pengaruh harga.

Saputri & Rahardjo T (2020) kesimpulan dari paparan di atas menjelaskan bahwa variabel lingkungan toko, variasi produk, promosi penjualan, dan layanan tenaga penjualan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Namun, tidak semua variabel berpengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan. Variabel yang berpengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan adalah variasi produk dan layanan tenaga penjualan, sedangkan variabel yang tidak berpengaruh secara parsial yaitu variabel lingkungan toko dan promosi penjualan. Selain itu, diperoleh kesimpulan bahwa cara terbaik untuk meningkatkan kepuasan pelanggan di alfamart H825 Semarang, Jawa Tengah adalah dengan meningkatkan kemampuan tenaga penjualan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan menyediakan produk dengan kategori dan variasi yang lebih luas.

Tumonggor & Sudjiman (2022) pada penulisan ini penulis telah melaksanakan penelitian mengenai pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Alfamart Jalan Braga No. 66 Kota Bandung. Penulis menggunakan accidental sampling dalam menentukan responden, dan penulis menemukan 99 orang responden yang berpartisipasi dalam mengumpulkan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dinyatakan bahwa promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di Alfamart Jalan Braga No. 66 Kota Bandung, didukung oleh analisis regresi linear sederhana dengan tingkat pengaruh sebesar 0,327, hasil uji t yang mendapatkan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$, serta hasil uji koefisien determinasi yang mendapatkan nilai R Square sebesar 0,076.

Polla et al., (2018) kesimpulan penelitian ini adalah: 1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Indomaret Unit Jalan Sea. 2. Promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Unit Jalan Sea. 3. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Unit Jalan Sea. 4. Pelayanan berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Unit Jalan Sea. 5. Harga, Promosi, Lokasi, dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di PT. Indomaret Unit Jalan Sea.

Cynthia et al., (2022) berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa lokasi secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Amanah Mart Pondokrejo. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian pada BUMDes Amanah Mart Pondokrejo. Lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan membuktikan bahwa secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian pada BUMDes Amanah Mart Pondokrejo. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyarankan bagi BUMDes Amanah Mart Pondokrejo memperhatikan faktor lain seperti meningkatkan keberagaman produk dan promosi, termasuk dalam

lokasi sebaiknya lebih meningkatkan pengantaran pemesanan konsumen untuk kenyamanan konsumen dan terakait kualitas pelayanan menyarankan untuk mengoptimalkan ketepatan pelayanannya.

**Tabel 1. 1 Data Penjualan Indomaret apartemen Green Central City
Oktober 2022 – April 2023**

Bulan	Target	Pencapaian	Presentase
Oktober 2022	527.485.886	Rp 532.747.870	100,9%
November 2022	539.375.160	Rp 521.432.678	96,6%
Desember 2022	547.956.732	Rp 569.124.181	103%
Januari 2023	549.974.879	Rp 523.827.738	95,2%
Febuari 2023	543.584.389	Rp 501.482.496	92,2%
Maret 2023	541.387.487	Rp 473.573.435	87,4%
April 2023	539.567.356	Rp 434.387.713	80,5%

Sumber: Data Penjualan Indomaret apartemen Green Central City 2023

Berdasarkan data diatas. Penjualan diIndomaret Apartemen Green Central City terlihat fluktuasi penjualannya. Hal tersebut di indikasikan karna adanya penurunan promosi penjualan dan kualitas pelayanan serta lokasi yang kurang strategis.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, penulis tertarik untuk meneliti dalam tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Penjualan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Indomaret Apartemen Green Central City”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City?
2. Apakah promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini termasuk dalam bidang ilmu ekonomi – pemasaran. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini adalah:

- a) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City.
- b) Untuk menganalisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City.
- c) Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Apartemen Green Central City.

2. Kegunaan Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi :

- a) Bagi Dunia Akademik

Bagi Universitas selaku lembaga pendidikan semoga dapat dijadikan tambahan informasi dan sebagai masukan atau referensi bagi peneliti berikutnya di bidang peneliti sejenis.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan terkait upaya peningkatan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan lokasi.

