

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini semakin pesat yang mana menyebabkan perusahaan atau toko-toko harus menghadapi persaingan yang ketat. Dinawan, (2010:42) mengemukakan bahwa dalam perkembangan yang semakin cepat ini membuat manusia menuntut untuk diperhatikan lebih oleh *customized*. Salah satu bisnis yang saat ini berkembang pesat adalah bisnis properti. Kebutuhan masyarakat akan tempat tinggal menjadikan peluang bagi bisnis properti karena masyarakat akan membeli bahan baku seperti semen, cat, keramik, dan kayu dalam membangun rumah untuk tempat tinggalnya namun, bukan hanya untuk pembuatan rumah saja melainkan peluang bisnis properti disini juga pada pembangunan kantor, sekolah, mall, dan gedung-gedung lainnya yang mana hal tersebut akan berpengaruh terhadap permintaan bahan bangunan di daerah tersebut.

Target pasar untuk bisnis bahan bangunan adalah masyarakat umum yang sedang merencanakan pembangunan rumah atau pembangunan gedung lainnya. Selain masyarakat umum, target pasar yang lebih luas yaitu seperti kontraktor proyek bangunan serta beberapa pelaku bisnis properti dapat dijadikan sebagai jaringan untuk memperoleh konsumen yang memerlukan bahan bangunan, karena pelaku bisnis properti, membutuhkan material dan bahan bangunan untuk memenuhi permintaan perumahan dari konsumennya.

Material bangunan merupakan bahan yang digunakan untuk tujuan konstruksi yang memiliki jangka waktu yang panjang karena material bangunan

merupakan elemen penting untuk meningkatkan pembangunan di kehidupan masyarakat. Modal bisnis properti ini cukup besar dan juga strategi penjualannya tidak mudah namun, jika bisnis tersebut bisa berjalan dengan baik maka akan memberikan keuntungan yang besar, dalam hal ini pemilik bisnis material bangunan dituntut untuk selalu siap beradaptasi mengenai perubahan-perubahan bahan yang diperlukan agar bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan baik.

Keputusan konsumen dalam membeli menjadi penting bagi pemilik usaha. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian (Swasta, 2006:87). Pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Perusahaan perlu mengenal peranan tersebut karena semua peranan mengandung implikasi guna merancang produk, menentukan pesan dan mengalokasikan biaya anggaran promosi serta membuat program pemasaran yang sesuai dengan pembeli (Swastha dan Handoko, 2011:97). Maka dari itu, pemilik harus memerhatikan setiap kebutuhan dari konsumen karena pastinya preferensi setiap orang akan berbeda-beda. Berdasarkan penelitian (Purbarani, 2013:21) hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu harga, lokasi dan kualitas pelayanan.

Harga adalah sejumlah nilai uang yang ditukarkan pelanggan kepada penjual untuk memperoleh manfaat dari barang atau jasa yang dibutuhkannya.

Pelanggan akan senantiasa melakukan perbandingan harga untuk produk yang akan dibelinya, suatu produk akan dinilai melalui harga yang ditetapkan yang mana seringkali produk akan bernilai tinggi sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut. Hal ini dikarenakan pembeli juga akan memikirkan seberapa lama produk tersebut bertahan dalam kondisi tertentu.

Selain harga, pemilihan lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut (Widowati 2011:13) menyebutkan lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh konsumen menjadi salah satu faktor untuk meningkatkan tingkat kunjungan konsumen sehingga memungkinkan tingkat pembelian lebih tinggi dan penjualan akan meningkat. (Lupiyoadi 2013:28) juga mengatakan bahwa pemilihan lokasi yang tepat akan menentukan tingkat penjualan yang juga akan mempengaruhi keputusan pembelian. Maka, disini pemilik harus memikirkan dengan teliti dan benar dalam hal penentuan lokasi.

Kualitas pelayanan juga merupakan faktor yang penting dalam menentukan keputusan pembelian. Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono, mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut agar selalu memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen terlepas dari keputusan konsumen untuk membeli barang tersebut atau tidak.

Penelitian ini dilakukan di Toko bangunan UD.Jaya Abadi yang merupakan salah satu toko di kecamatan Jrengik, Kabupaten Sampang yang

bergerak di bidang properti. Penelitian ini dilakukan di toko bangunan UD. Jaya Abadi salah satunya karena data berikut ini yang merupakan data penjualan toko bangunan UD. Jaya Abadi.

**Tabel 1.1 Data Penjualan UD. Jaya Abadi di Kota Sampang
Per September 2019 – April 2020**

BULAN	TAHUN PENJUALAN	VOLUME PENJUALAN
September	2019	Rp. 70.000.000
Oktober	2019	Rp. 63.000.000
November	2019	Rp. 50.000.000
Desember	2019	Rp. 57.000.000
Januari	2020	Rp. 45.000.000
Februari	2020	Rp. 38.000.000
Maret	2020	Rp. 35.000.000
April	2020	Rp. 30.000.000

Sumber : Data Penjualan oleh UD Jaya Abadi

Berdasarkan data diatas, dapat dilihat bahwa penjualan toko bangunan UD. Jaya Abadi mengalami penurunan disetiap bulannya dan jika hal tersebut terus terjadi maka toko tersebut akan mengalami kebangkrutan. Kemungkinan yang dapat terjadi dari menurunnya penjualan tersebut dikarenakan persaingan yang semakin ketat karena selain toko bangunan UD. Jaya Abadi juga terdapat toko-toko properti lainnya yang ada di Kabupaten Sampang, diantaranya :

Tabel 1.2 Toko Bangunan di Kota Sampang

Nama Toko	Alamat Toko
UD. Barokah Jaya	Jalan raya Jrengik
UD. Wani Jaya	Jalan raya Jrengik
UD. Alex Jaya	Jalan raya Plakaran
Sumber Tenang	Jalan raya Jungkarang
Suramadu Jaya	Jalan raya Jrengik
UD. Tiga Putra	Jalan raya Jrengik
UD. Putra Barokah Jaya	Jalan raya Jungkarang

Sumber : Data Sales Holcim Kecamatan Jrengik 2020.

Selain persaingan yang berada disekitar toko UD. Jaya Abadi, penurunan volume penjualan pada UD Jaya Abadi bisa disebabkan oleh harga jual,

pemilihan lokasi dan kualitas pelayanan yang kurang baik karena hal tersebut bisa mempengaruhi keputusan pelanggan dalam membeli. Harga bisa mempengaruhi keputusan pembeli untuk membeli bahan baku pada toko UD. Jaya Abadi karena seseorang akan mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membelinya dan kebanyakan pembeli akan mencari harga yang murah dan harga juga menjadi tingkatan dari keuntungan dari toko tersebut (Ismayanti,2016). Begitu juga dengan lokasi dan pelayanan dengan banyaknya toko bangunan dalam satu Kabupaten bahkan satu Kecamatan akan mempengaruhi keputusan pembelian karena pembeli akan mencari lokasi yang lebih dekat dengan tempat tinggalnya dan mudah dijangkau nya, begitu juga dengan kualitas pelayanan yang mana dalam hal ini juga menjadi perhatian pembeli. Seorang pembeli pastinya juga ingin mengetahui kualitas dari produk yang akan dibelinya maka dari itu pemilik toko harus tanggap dalam menghadapi pembeli sehingga bisa memperkenalkan produknya tersebut dan meyakinkan pembeli bahwa produk yang dijualnya sesuai antara nilai harga dan juga kualitas produk tersebut dan pemilik juga harus memberikan rasa nyaman kepada pembeli karena pembeli akan senang jika dalam toko tersebut baik dan pembeli tidak akan kembali lagi ke toko tersebut jika kualitas pelayanannya kurang baik dan berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada bapak Ahmad selaku pemilik toko, pada toko UD. Jaya Abadi ini masih belum diterapkan hal tersebut, yang dimaksud adalah pemilik atau pekerja yang melayani pelanggan masih kurang atau tidak detail dalam menjelaskan kualitas dari produk nya tersebut.

Maka dari itu, jika ketiga faktor tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian maka yang harus dilakukan oleh pemilik toko UD. Jaya Abadi yaitu menganalisis kejadian dari turunnya penjualan yang terjadi di toko tersebut dan

membuat strategi baru untuk bersaing dengan toko yang lainnya. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan untuk menganalisis keputusan pembelian yaitu variabel bauran pemasaran (lokasi dan harga) saja atau hanya kualitas pelayanan saja maka, penelitian ini ingin mengkombinasikan variabel tersebut untuk menganalisis permasalahan yang ada di toko UD. Jaya Abadi.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian **“Pengaruh Harga Jual, Lokasi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan pada UD Jaya Abadi di Kota Sampang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang?
4. Apakah harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam suatu penelitian, tujuan yang ingin dicapai haruslah jelas. Maka sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang,
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang,
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang,
4. Untuk menganalisis pengaruh secara bersama-sama antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian bahan material bangunan UD Jaya Abadi di Kota Sampang.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Bagi UD Jaya Abadi Kota Sampang
Sebagai masukan dan bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan sistem pemasaran dan penjualan dalam hal harga dan penentuan lokasi serta pelayanannya.
2. Bagi Peneliti
Memberikan pengetahuan serta menambah pengalaman peneliti dalam menerapkan teori yang diperoleh selama berada di bangku perkuliahan khususnya tentang materi pemasaran khususnya yang berhubungan dengan harga , penentuan lokasi dan kualitas pelayanan.
3. Bagi Pihak Lain
Sebagai tambahan sarana bagi peneliti selanjutnya dan tambahan informasi tentang harga, penentuan lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.