

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang kaya akan sumber daya alam. Dalam memilih perabotan dan perlengkapan, semua orang membutuhkan bahan yang tahan lama dan terlihat baik. Bahan yang digunakan untuk perlengkapan toko maupun rumah tangga adalah kayu, kaca, dan besi. Berkaitan dengan daya tahan, material-material tersebut rentan terhadap masalah alam seperti serangan rayap, masalah korosi, dan lainnya.

Jaka Acrylic Advertising merupakan jasa pembuatan kaca dengan material akrilik. Akrilik merupakan polymethyl methacrylate yang berupa polimer sintetis dari metil metakrilat yang bersifat mencair bila dipanaskan dan permukaannya transparan menyerupai kaca yang mempunyai sifat padat, keras dan kuat. Adapun akrilik sendiri memiliki banyak keunggulan diantaranya adalah lebih ringan, tahan terhadap benturan, tahan terhadap cuaca diluar ruangan, ramah lingkungan, tahan terhadap racun, dan juga dapat didaur ulang. Karena banyaknya keunggulan dari bahan dasar akrilik ini maka para produsen bersaing untuk menciptakan produk-produk unggul dengan bahan dasar akrilik yang mampu memenuhi kebutuhan pasar pada era globalisasi sekarang ini. Selain mudah dalam pengolahannya material ini juga memiliki keunggulan lainnya yaitu materialnya yang mudah didapat, mudah dibentuk, dan juga memiliki bentuk yang menarik sehingga para produsen industri

memanfaatkannya sebagai salah satu alternatif dalam pembuatan berbagai produk.

Pembuatan produk akrilik bisa juga diaplikasikan diberbagai bidang industri contohnya pada bidang advertising/periklanan, otomotif, dan elemen estetika interior yang saat ini sedang mengalami peningkatan. Persaingan bisnis yang semakin ketat, terutama persaingan dari bisnis sejenis, semakin memaksa para pelaku bisnis untuk bertindak lebih cepat untuk menarik konsumen. Oleh karena itu, perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus memperhatikan perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam upaya pemasaran produknya. Memang secara konseptual, salah satu cara untuk mencapai tujuan bisnis adalah dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran dan memberikan kepuasan yang diinginkan secara lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan pesaing (Kotler, 2019).

Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi oleh kemampuan bisnis untuk menarik pembeli dan juga dipengaruhi oleh faktor di luar bisnis. Dengan semakin banyaknya produk dan pelaku bisnis di pasar, tingkat persaingan juga menjadi salah satu topik urusan bisnis sehari-hari. Demikian halnya pada Jaka Acrylic Advertising menyadari bahwa semakin banyak merek Bisnis Usaha Acrilyc lain yang bermunculan yang membuat persaingan semakin kuat, sehingga perlu meningkatkan kinerja yang lebih baik guna mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Tabel 1.1
Daftar Nama Toko Acrylic di Jakarta Selatan

No	Nama Tempat Acrylic Jakarta Selatan	Alamat
1	Pelangi Reklame & Acrylic	Jl. RS. Fatmawati Raya No. 6 RT.1/RW.1, Pulo, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Khusus Ibukota Jakarta,12160
2	Milimika Acrylic	Jl. Depan Taman Makam Pahlawan Kalibata, Gg. Al-Mahariy I No.5, RT.7/RW.7, Duren Tiga, Kecamatan Pancoran, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12760
3	Chaka Akrilik	Jl. Ciputat Raya No.12, RT.4/RW.8, Kebayoran Lama Utara, Kecamatan Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta,12240
4	Dunia Akrilik	Ruko Taman Duta Mas Blok D 9A, No.3 RT.011/RW. 5, Wijaya Kusuma, Kecamatan Grogol Petamburan, Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 11460

Dari tabel di atas adanya persaingan antara kompetitor dan Jaka Acrylic Advertising. Persaingan yang ditawarkan kompetitor diantaranya Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi pada beberapa kompetitor sulit ditemukan karena kurangnya visibilitas pada kompetitor serta produk yang ditawarkan Jaka Acrylic Advertising tidak jauh berbeda dengan kompetitor dan untuk produk Akrilik lebih menarik dibandingkan dengan kompetitor.

Berikut ini adalah data penjualan Jaka Acrylic Advertising selama 4 bulan terakhir Tahun 2022 yang ditunjukkan dalam Tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Total Penjualan Jaka Acrylic Advertising
Bulan September – Desember 2022

No	Bulan	Total Pendapatan
1	September	Rp. 50.779.000
2	Oktober	Rp. 15.445.000
3	Nopember	Rp. 30.479.000
4	Desember	Rp. 25.880.000

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas menunjukkan data penjualan PT. Jaka Acrylic Advertising mengalami Fluktuasi pendapatan pada bulan September hingga Desember 2022. Dimana pada bulan September total penjualan sebesar Rp, 50.779.000 turun pada bulan Oktober sebesar 15.445.000, kemudian pada bulan Nopember total penjualan naik menjadi Rp. 30.479.000 namun pada bulan Desember turun menjadi 25.880.000. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor terkait dengan penurunan pendapatan yang mempengaruhi konsumen untuk memutuskan pembelian di PT. Jaka Acrylic Advertising.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam memutuskan untuk melakukan pembelian, diantaranya adalah akses yang mudah, tampilan toko dan produk, informasi dan ketersediaan produk, kualitas produk, promosi yang menarik, layanan customer service, testimoni dari pembeli lain, pelayanan yang ramah serta kecepatan pengiriman.

Berdasarkan pra survey yang dilakukan oleh peneliti dapat diindikasikan bahwa fenomena masalah yang terjadi pada penurunan pendapatan Jaka Acrylic Advertsing adalah kualitas pelayanan, promosi, dan

lokasi. Oleh karena itu dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Lokasi yang mempengaruhi seseorang pelanggan memutuskan pembelian di Jaka Acrylic Advertising.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas layanan. Kualitas layanan memiliki peran penting dalam menciptakan keputusan pembelian. Jaka Acrylic Advertising telah melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan dengan menggunakan kualitas pelayanan efektif dan efisien. Pandangan (Philip Kotler-Keller, 2019) tentang Kualitas Pelayanan merupakan suatu tuntutan, kesempurnaan fitur yang ada pada barang maupun jasa yang memuaskan bagi yang menginginkannya.

Tabel 1.3
Pra Survey Kualitas Pelayanan PT. Jaka Acrylic Advertising

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak
1.	Apakah Pelayanan sudah sesuai yang diharapkan?	7	13
2.	Apakah penyampaian informasi diberikan dengan jelas?	19	1
3.	Apakah pelayanan administrasi cepat dan tepat?	20	0
4.	Apakah Penanganan keluhan diberikan dengan baik?	12	6
5.	Apakah respon dilakukan dengan baik jika ada keluhan?	18	2

Berdasarkan Tabel 1.3 hasil pra-survey pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising, Dari pra survey tersebut diperoleh hasil bahwa pernyataan mengenai “Apakah Pelayanan sudah sesuai yang diharapkan” diperoleh jawaban “Ya” sebanyak 7 orang dan jawaban “Tidak” sebanyak 13 orang. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan di PT. Jaka Acrylic Advertising di atas yaitu masih banyak pelanggan yang tidak sesuai yang di harapkan.

Faktor kedua yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Promosi. kegiatan promosi yang dilakukan merupakan kombinasi dari berbagai

sumber Kotler (2011). Kegiatan promosi dapat dilakukan sejalan dengan rencana pemasaran secara keseluruhan, serta direncanakan akan diarahkan dan dikendalikan dengan baik, diharapkan akan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan penjualan dan pangsa pasar. Promosi yang dilakukan oleh PT. Jaka Acrylic Advertising adalah Facebook, Instagram, Shopee.

Tabel 1.4
Pra Survey Promosi PT. Jaka Acrylic Advertising

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak
1.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising melakukan promosi melalui media sosial?	18	2
2.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising memberikan Potongan harga hari spesial?	5	15
3.	Apakah akun media sosial PT. Jaka Acrylic Advertising selalu membalas respon dari pelanggan setelah membeli produk?	13	7
4.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising memberikan konten yang menarik?	16	4
5.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising tersedia di marketplace?	19	1

Pada Tabel 1.4 hasil pra-survey pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising, Dari pra survey tersebut diperoleh hasil bahwa pernyataan mengenai “Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising memberikan potongan hari spesial?” diperoleh jawaban “Ya” sebanyak 5 orang dan jawaban “Tidak” sebanyak 15 orang. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan di PT. Jaka Acrylic Advertising di atas yaitu masih banyak pelanggan yang belum mendapatkan potongan harga di hari spesial.

Faktor ketiga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Lokasi, Menurut Fitzsimmons (2019) dalam penentuan lokasi usaha faktor –faktor yang perlu di pertimbangkan yaitu, akses, visibilitas, lalu lintas, tempat parkir, ekspansi, lingkungan, kompetisi, pemerintah, tenaga kerja, kelengkapan

fasilitas. Menurut Joko (2020), faktor penentu lokasi perusahaan, antara lain, tenaga kerja, transportasi dan logistik, konsumen dan pasar, lingkungan masyarakat, karakteristik lokasi. Tidak ada sebuah teori tunggal yang dapat menentukan dimana lokasi suatu usaha itu dipilih. Banyaknya faktor –faktor yang dikemukakan oleh para ahli menyebabkan berbagai macam rumusan faktor yang mempengaruhi penentuan lokasi.

Tabel 1.5
Pra Survey Lokasi PT. Jaka Acrylic Advertising

No.	Pertanyaan	Setuju	Tidak
1.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising mudah ditemui?	20	0
2.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising mudah dilalui kendaraan umum?	18	2
3.	Apakah PT. Jaka Acrylic Advertising diketahui banyak Orang?	15	5
4.	Apakah Petunjuk menuju PT. Jaka Acrylic Advertising mudah diingat?	13	7
5.	Apakah Jalan menuju PT. Jaka Acrylic Advertising tidak ramai dilalui kendaraan pribadi	7	13

Pada Tabel 1.5 hasil pra-survey pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising, Dari pra survey tersebut diperoleh hasil bahwa pernyataan mengenai “Apakah Jalan menuju PT. Jaka Acrylic Advertising tidak ramai dilalui kendaraan pribadi ” diperoleh jawaban “Ya” sebanyak 7 orang dan jawaban “Tidak” sebanyak 13 orang. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan di PT. Jaka Acrylic Advertising di atas yaitu masih banyak pelanggan yang belum mengetahui dikarenakan tidak ramai dilalui kendaraan pribadi.

Disamping adanya fenomena masalah di atas, masih ada perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda sebagai berikut.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu Puspa Lestiyadi, dkk (2020) mendapatkan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Dienar Kharisma, dkk (2022) mendapatkan hasil yang berbeda yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Diana Florenta Butarbutar (2020) mendapatkan hasil bahwa Promosi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan memilih. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Afridayani, dkk (2020) mendapatkan hasil yang berbeda Promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Umi Fadilah (2017) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra Budi Ansori (2020) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Acrylic Pelanggan di PT. Jaka Acrylic Advertising.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, promosi dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic

Advertising?

2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis, antara Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi dengan Keputusan Pembelian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising.
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian acrylic pada pelanggan PT. Jaka Acrylic Advertising

2. Kegunaan Penelitian

a. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan salah satu syarat untuk menjadapatkan gelar sarjana S1.

b. Bagi pembaca

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber tambahan, bahan pembimbing dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan strategi yang akan ditempuh perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian dengan tujuan akhir meningkatkan penjualan.

