

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat. Banyak perusahaan bermunculan dalam berbagai sektor. Salah satu sektor usaha dan bisnis yang paling banyak berkembang adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Banyaknya UMKM memberikan pertumbuhan ekonomi yang potensial dan memberikan banyak manfaat kepada masyarakat, khususnya masyarakat golongan menengah kebawah. UMKM dapat menyerap tenaga kerja, peningkatan dan pendapatan masyarakat. UMKM dapat menjadi prioritas atau tulang punggung sistem perekonomian kerakyatan untuk mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Keberadaan UMKM salah satu hal penting dalam perekonomian, dimana kondisi ekonomi yang tidak kondusif seperti saat ini UMKM menjadi alternatif yang mampu mengurangi beban perekonomian nasional (Hartarto, 2021).

Salah satu UMKM yang berkembang dengan pesat di Kabupaten Pemalang adalah toko kelontong. Sebanyak 39 toko kelontong berkembang di Kabupaten Pemalang pada tahun 2023 (<https://satudata.dinkop-umkm, 2024>). Bermunculan toko kelontong merupakan upaya menumbuhkan ekonomi kerakyatan yang ada di wilayah Pemalang. Barang yang dijual di toko kelontong terdiri dari barang yang dibutuhkan setiap hari seperti kebutuhan memasak, kebutuhan mandi, mencuci, bahkan makanan-makanan kecil dan

kemasan makanan. Toko kelontong tidak mengambil keuntungan yang besar dari barang yang mereka jual. Keuntungan hasil penjualan toko setiap harinya digunakan untuk menutupi modal yang digunakan dan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

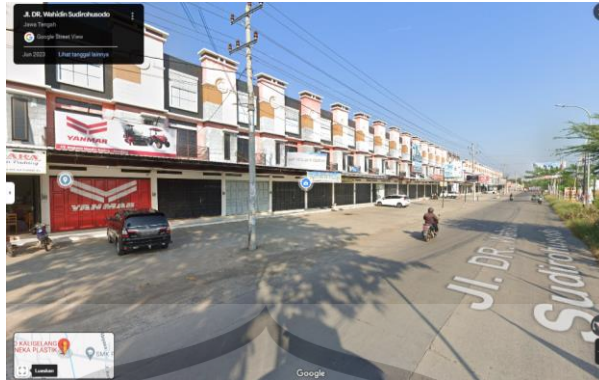
Toko kelontong menyediakan barang kebutuhan sehari-hari merupakan usaha mikro yang kepemilikannya dimiliki oleh pribadi dan melakukan penjualan barang, melayani pelanggan secara langsung dan pemilik warung merangkap tugas sebagai kasir. Toko kelontong sangat mudah ditemukan dilokasi perumahan yang padat penduduk, baik di desa maupun di kota. Keberadaan toko kelontong menjadi salah satu alternatif bagi masyarakat untuk melakukan pembelian bahan baku dalam pembuatan produk yang dijual pada pengusaha makanan kecil yang lain. Dengan melakukan pembelian pada toko kelontong maka pelaku usaha dapat menghemat pengeluaran karena harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pembelian pada ritel modern atau supermarket (Rozinawati, 2010).

Salah satu toko kelontong yang ada di Kabupaten Pemalang adalah toko plastik. Di kabupaten Pemalang ada 15 toko plastik besar yang melayani kebutuhan pengusaha kecil dalam menjalankan usahanya. Salah satu toko plastik yang cukup ramai adalah Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang.



Gambar 1.1. Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang

Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang merupakan salah satu toko penyedia produk plastik kemasan di Kabupaten Pemalang. Toko ini menjual berbagai macam plastik kemasan, *foil*, *pouch*, gelas plastik, karung, mika, *polybag*, *sterofoam* kotak makan dan lainnya. Toko ini menawarkan produk dengan harga terjangkau dengan kualitas terbaik. Toko ini berada di Ruko Nur Square, Jl. Dr. Wahidin Sudirohusodo No. 8 Kaligawe, Kaligelang, Kecamatan Taman Kabupaten Pemalang Jawa Tengah 52361. Toko ini buka setiap hari senin sampai dengan sabtu dari pukul 07.00 – 17.00 (Zulamri, 2023). Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang memiliki area yang cukup luas dengan ukuran 5 x 20 meter persegi berada di ruko 2 lantai. Dimana pada lantai dua toko digunakan sebagai gudang stok barang yang ada di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang. Sedangkan lantai satu digunakan untuk proses penjualan. Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang memiliki area parkir yang cukup luas sehingga memudahkan pembeli pada saat akan melakukan pembelian (Zulamri, 2023).



Gambar 1.2. Lokasi Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemaleang

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik dan pengamatan di toko, setiap hari kondisi toko dalam kondisi ramai pembeli. Dalam satu hari sebanyak 50 konsumen melakukan pembelian di toko tersebut dengan perputaran uang dalam satu hari berkisar 3 juta sampai 4 juta. Pembeli paling banyak yang melakukan pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemaleang adalah pelaku usaha dari penjual bakso, penjual es keliling, pembuat roti dan penjual makanan kecil lainnya (Zulamri, 2023).

Salah satu keunggulan Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemaleang dibandingkan dengan toko plastik lain yaitu adanya strategi *drive thru* yang memudahkan pembeli yang ada melakukan pembelian cukup melalui telpon melakukan pemesanan. Kemudian pembeli ke toko langsung mengambil barang yang dipesan. Berbeda dengan toko plastik lain pada saat akan melakukan pembelian harus hadir ke toko, kemudian mengantri untuk melakukan pemilihan produk yang akan di beli dan melakukan pembayaran (Zulamri, 2023).

Keunggulan lain dari Toko Kaligelang Aneka Praktik Pemalang yaitu metode pembayaran melalui Qris dan Transfer sehingga pembeli tidak perlu antri dalam melakukan pembayaran. Berbeda dengan toko plastik lain dimana untuk melakukan pembayaran harus membawa uang tunai dalam jumlah yang banyak pada saat melakukan pembayaran. Pembayaran secara tunai akan merepotkan pada saat pembeli melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak sehingga harus membawa uang yang banyak. Pembayaran melalui Qris dan Transfer yang dilakukan Toko Kaligelang Aneka Praktik Pemalang memudahkan pembeli dalam melakukan pembayaran, cukup menggunakan Handphone untuk melakukan pembayaran (Zulamri, 2023).

Strategi yang lain adanya antar pesan yang diberikan manajemen Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang, sehingga pembeli yang sibuk tidak perlu datang di toko. Cukup ditunggu di rumah, pesanan akan diantar karyawan Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang sampai ke rumah pelanggan. Berbeda dengan toko plastik lain dimana pembeli harus hadir ke toko untuk memilih produk dan melakukan transaksi kemudian membawa produk yang dibeli menggunakan kendaraan. Kondisi ini akan merepotkan pada saat pembeli membeli produk dalam jumlah yang banyak menggunakan sepeda motor karena dapat menimbulkan kecelakaan. Permasalahan ini dipecahkan oleh manajemen Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang, karena pembeli tidak perlu repot membawa produk yang dibeli. Produk yang dibeli akan diantar karyawan Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang ke rumah pembeli (Zulamri, 2023).

Keunggulan – keunggulan tersebut menjadi faktor pendorong yang menjadikan pembeli untuk melakukan pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Peralang. Strategi tersebut menjadikan toko mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Strategi pemasaran dilakukan untuk memberikan gambaran ke konsumen mengenai kondisi yang ada pada toko kelontong tersebut. Jika pemasaran dilakukan dengan baik maka akan membuat banyak konsumen tahu mengenai kondisi yang ada pada toko kelontong tersebut sehingga lebih banyak pelanggan yang melakukan pembelian di toko kelontong tersebut. Konsumen akan mencari informasi mengenai kondisi perusahaan sebelum melakukan pembelian (Keller, 2016).

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Sebelum melakukan pembelian pada sebuah perusahaan, pelanggan akan melakukan penggalian informasi terkait dengan perusahaan tersebut. Baik informasi mengenai harga dari produk yang dijual, pelayanan yang diberikan dan kualitas produk yang dijual di perusahaan tersebut (Kotler, 2021).

Pelanggan merupakan komponen penting yang mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan. Semakin baik perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara efisien dan efektif maka perusahaan dianggap mencapai tujuan perusahaan. Jika perusahaan memberikan nilai terbaik bagi pelanggan maka perusahaan harus memiliki informasi mengenai siapa

pelanggannya dan bagaimana karakter serta perilaku pelanggan. Untuk mengetahui semua informasi tersebut maka perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran promosi mengenai produk yang ada di perusahaan tersebut (Haque, 2022).

Kebutuhan dan keinginan serta kenyamanan pelanggan menjadi salah satu fokus yang harus diperhatikan perusahaan karena akan mempengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan serta keinginan pelanggannya. Sehingga dapat menjadikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan. Perusahaan akan menempatkan orientasi pada keputusan pembelian pelanggan sebagai tujuan utama perusahaan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan yaitu memberikan nilai dan keputusan pembelian konsumen memberikan produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersaing (Kotler, 2014).

Pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menarik pembeli. Sehingga konsumen akan melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar akan membeli suatu produk dan jasa tersebut. Keputusan pembelian merupakan tindakan secara aktual konsumen dalam menentukan suatu produk atau jasa yang akan dikonsumsi atau digunakan (Halim, 2021). Keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth*.

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan konsumen dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian ulang dan akan menjadi pelanggan setia (Kotler, 2018). Kualitas pelayanan dapat dilihat dari ketepatan waktu pelayanan, akurasi pelayanan, sopan santun dan keramahan dalam pelayanan, kemudahan mendapatkan pelayanan serta kenyamanan yang konsumen dapatkan.

Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan baik maka akan memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi penjualan terhadap produk atau jasa yang akan dibeli (Tjiptono, 2014). Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang menitik beratkan kualitas pelayanan pada bagaimana agar konsumen mendapat produk yang dibutuhkan dan sesuai dengan waktu secepat mungkin. Salah pelayanan yang dilakukan manajemen Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang adalah siswa *drive thru*. Pelanggan yang tidak memiliki banyak waktu cukup melakukan pemesanan dengan telepon dari kendaraan, barang yang dipesan akan diantar karyawan ke pembeli. Selain itu metode pembayaran yang dikembangkan manajemen toko melalui Qris sehingga pembeli tidak perlu membawa uang tunai untuk melakukan pembelian ke kasir. Cukup melalui Handphone saja dapat melakukan pembelian. Dengan sistem tersebut diharapkan dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga

pelanggan akan melakukan pembelian kembali di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang.

Kondisi tersebut terjadi karena konsumen mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang mereka inginkan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi alasan banyaknya pelanggan yang melakukan pembelian. Hal ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Lianita, 2023; Djafar, 2023; Grandhis, 2022; Mukti, 2021 dan Nurjamilah, 2023 menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun ada penelitian yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Polla, 2018).

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Lokasi atau tempat adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran (Kotler, 2014). Lokasi sebagai tempat usaha dan jasa sangat penting karena berhubungan langsung dengan efisiensi dan efektivitas bisnis. Lokasi yang nyaman, strategis dan keamanan yang terjamin mengakibatkan konsumen tertarik untuk membeli suatu produk. Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang memiliki lokasi berada di pinggir jalan sehingga mudah dijangkau. Tempat parkir di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang luas sehingga pembeli nyaman pada saat melakukan pembelian.

Pembeli yang nyaman pada saat melakukan pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang maka akan kembali untuk melakukan

pembelian kembali. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang menyatakan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian antara lain Manan, 2022; Chaniago, 2022; Kholes, 2022; Tandijo, 2023 dan Nuriyah, 2022. Akan tetapi ada penelitian yang menyatakan lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Hardiansyah, 2019).

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu *Word Of Mouth*. *Word Of Mouth* adalah komunikasi dari mulut ke mulut tentang pandangan atau penilaian terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal (Kotler, 2016). Sebelum melakukan pembelian, konsumen akan bertanya kepada pembeli yang pernah melakukan pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang. Jika informasi yang didapatkan bernilai positif maka keputusan pembelian akan tinggi terhadap produk tersebut. Konsumen lebih mempercayai informasi dari konsumen lain dibandingkan dengan iklan yang diedarkan oleh perusahaan. Salah satu informasi yang digunakan calon pembeli untuk menguatkan keyakinan untuk melakukan pembelian yaitu dari penilaian pelanggan yang sudah melakukan pembelian melalui media sosial.

TOKO KALIGELANG ANEKA PLASTIK

RUKO NUR SQUARE, Jl. DR. Wahidin Sudirohusodo No.8, Kaligelang, Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah

Tulis ulasan

5,0 ★★★★★ 81 ulasan

Dian Anggoroasih
1 ulasan

★★★★★ 2 bulan lalu

Tokonya lengkap, harga sangat oke 🙌, pelayanan ramah dan gercep, lokasi strategis dan mudah terjangkau, area parkir luas dan gratis, toko buka gasik dan ontime.

Smg tambah sukses untuk Toko Kaligelang Aneka Plastik dan berkah selalu untuk pembeli dan penjualnya, Aamiin

Suka

Indah Sari
1 ulasan

★★★★★ 3 bulan lalu

Toko plastik yang komplit yang bisa menyediakan barang yang diperlukan konsumen... pelayanan yang selalu ramah dan cepat... saya sudah berlangganan lama ditoko kaligelang aneka plastik, pokoknya recommended banget belanja disini...

Suka

Gambar 1.3. Contoh Penilaian Dari Pelanggan

Karena melalui *Word Of Mouth* konsumen akan mendapatkan informasi yang akurat jujur dari konsumen yang sudah menggunakan produk (barang atau jasa) sehingga menguatkan keinginan untuk melakukan transaksi di toko. Hal ini diperkuat penelitian yang menyatakan *Word Of Mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu Varidah, 2022; Ling, 2020; Sianipar, 2022 dan Afif, 2021. Akan tetapi ada penelitian yang menyatakan *Word Of Mouth* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Larasati, 2022).

Penelitian ini replikasi penelitian Sudarningsih (2020) yang melakukan penelitian lokasi, kualitas pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian Pasar Kaget di Kecamatan Bengkong. Hasil penelitian menyatakan lokasi, kualitas pelayanan dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pasar Kaget di Kecamatan Bengkong.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan subjek yang berbeda. Penelitian dilakukan terhadap pelanggan di Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti mengambil judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang ?
2. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang ?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh dan positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemalang ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih berfokus maka dibuat pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Subjek penelitian pada pelanggan Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemasang.
2. Variabel yang dibahas pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1), lokasi (X2) dan *word of mouth* (X2) sebagai variabel *independent* serta keputusan pembelian (Y) sebagai variabel *dependent*.
3. Waktu penelitian pada bulan Februari sampai dengan Maret 2024.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemasang.
2. Menganalisis pengaruh lokasi secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemasang.
3. Menganalisis pengaruh *word of mouth* secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Kaligelang Aneka Plastik Pemasang.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat meningkatkan konsep tentang kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth* untuk meningkatkan keputusan pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Peralang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi manajemen Toko Kaligelang Aneka Plastik Peralang

Dapat digunakan sebagai pedoman manajemen Toko Kaligelang Aneka Plastik Peralang dalam rangka meningkatkan jumlah pelanggan melalui kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth*.

b. Bagi Karyawan

Dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan dalam meningkatkan jumlah pelanggan yang dapat melakukan transaksi pembelian di Toko Kaligelang Aneka Plastik Peralang melalui kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth*.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang kualitas pelayanan, lokasi dan *word of mouth* dalam meningkatkan keputusan pembelian.