

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kemajuan sektor bisnis diberbagai bidang makin berkembang cepat sehingga berpengaruh terhadap suatu pemasaran. Persaingan usaha yang semakin kompetitif menyebabkan terjadinya pada digma pemasaran. Semakin lebih pesatnya industry, perumahan serta perekonomian pada lingkungan sering didapatinya kompetisi di lingkup kehidupan. Beragam bisnis toko bangunan yang saling berkompetisi agar memperoleh pangsa pasar, menjadikan aspek tersebut memicu toko bangunan agar berupaya selalu berkembang untuk memperbarui bisnisnya satu diantaranya pada aspek persediaan barang serta pelayanan. Untuk usaha toko bangunan bisa tumbuh serta berkembang secara optimal, menjadikan toko bangunan itu mesti bisa memprediksi kebutuhan konsumen secara membentuk langkah yang sesuai supaya tidak tersisi pada kompetisi.

Salah satu contoh adalah toko bangunan Gunung Raya Lumajang. yang beralamatkan di Jalan Mahakam nomer 61 Kelurahan Jogotrunan, , Kabupaten Lumajang. Pemilik dari toko bangunan Gunung Raya Lumajang Yaitu Bapak Ahmad Sanusi. Dengan jumlah karyawan 3 orang. Toko bangunan Gunung Raya Lumajang yang menjual kebutuhan Pembangunan yang identik dengan semen,pasir,bata,besi dan lain-lain.

Fenomena di toko bangunan Gunung Raya Lumajang adanya transaksi yang sering mengandalkan negoisasi harga ditoko Gunung Raya dikarenakan harga ditoko tersebut tidak tercantum secara jelas dan pembeli bisa melakukan tawar

menawar yang dimana menciptakan ketidakpastian bagi konsumen baru, tetapi menjadi keuntungan bagi pelanggan tetap atau pembeli yang sudah terbiasa membeli ditoko bahan bangunan Gunung Raya.

Keputusan Pembelian yaitu yang mana konsumen melangsungkan pembelian sesungguhnya. Dimana tahap Keputusan pembelian diawali sejak pengenalan keperluan, penggalan informasi, evaluasi alternatif, Keputusan pembelian yang terakhir Tindakan sesudah pembelian. Keputusan pembelian yaitu hasil akhir oleh langkah konsumen untuk membeli sebuah barang, menjelang memilih agar membeli suatu barang, konsumen yang telah memutuskan serta memilih barang berdasarkan keperluan mereka. Suasana toko yaitu sifat fisik toko yang bisa memperlihatkan image (kesan) serta mengundang konsumen. Suasana Toko diantaranya sisi luar toko, sisi dalam toko, tata letak ruangan serta pajangan (Interior point of interest display). Secara perencanaan suasana toko yang bagus, perusahaan bisa menambah pengalaman yang didapat dari pelanggan yang kedepannya akan mempengaruhi pembelian .(Normaladewi, 2021).

Persediaan merupakan inti pokok operasional oleh bisnis ritel. Tidak adanya persediaan yang baik, ritel tidak dapat menjamin adanya barang yang diperlukan terhadap konsumen di waktu yang sesuai. Pada bidang bahan bangunan, keperluan tersebut akan semakin menipis sebab keterlambatan maupun tidak sesuainya penyediaan barang bisa menghambat proyek konstruksi yang Tengah berlangsung. Persediaan yang tepat menjamin jika toko senantiasa mempunyai stok yang memadai, namun tidak berlebihan, menjadikan modal tidak bergantung begitu banyak dari barang yang tidak laku Rachmayani (2015). Menurut Rohman (2019)

menjelaskan jika optimasi persediaan berpengaruh positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian, alasannya sebab menghindari kelebihan dan kekurangan stock pada produk. Sedangkan menurut Bachtiar et al (2020) optimasi persediaan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen lebih memperhatikan kualitas produk, jika kualitas produk tersedia tetapi dianggap berkualitas rendah maka konsumen cenderung menghindarinya.

Lokasi merupakan area perusahaan bergerak maupun kawasan perusahaan melangsungkan aktifitas dalam membentuk produk serta jasa yang mengutamakan sisi ekonominya. jika lokasi merupakan posisi dimana pengedar mendirikan tokonya. Lokasi termasuk pula satu diantara aspek yang menetapkan keputusan pembelian konsumen. Bila lokasinya strategis, gampang diakses, aman, area parkir memadai menjadikan konsumen tentunya puas serta memilih berbelanja pada Lokasi itu Astana et al (2021). Menurut Yuliani & Permatasari (2020) Lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dikarenakan Lokasi yang strategis menjadi hal yang sangat penting serta begitu dibutuhkan bagi konsumen. Sedangkan menurut Fahmi (2019) Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena terkadang konsumen lebih memutuskan merek tertentu yang terlepas dari lokasi toko tersebut.

Pelayanan yaitu setiap hal yang bisa memicu konsumen untuk berbelanja asalkan diperlukan serta tidak mempengaruhi kebebasan konsumen saat memutuskan produk maupun jasa yang diperlukan. Secara menyediakan beragam pelayanan yang efektif serta efisien, juga terdapatnya sejumlah fasilitas dalam memicu pelayanan itu bisa memicu konsumen dalam melangsungkan pembelian

Pelayanan yang ramah, sesuai janji serta melayani pelanggan menjadikan konsumen merasa puas melangsungkan pembelian (Pembelian & Rajawali, 2015). Menurut Wahyuni (2017) pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan pelayanan yang baik bisa memuaskan konsumen dan nantinya berdampak adanya pembelian berkali-kali yang akan meningkatkan penjualan. Sedangkan menurut Wijayana (2017) pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan konsumen lebih fokus terhadap harga yang lebih murah dan konsumen tetap membeli produk tersebut walaupun pelayanannya kurang memuaskan.

1.2 Batasan Masalah

Menurut latar belakang tersebut serta supaya pembahasan penelitian tidak menyimpang dari pembahasan jadi Batasan pada penelitian ini yaitu :

- a. Penelitian ini berfokus pada bidang manajemen, khususnya Manajemen Pemasaran.
- b. Variabel pada penelitian ini yaitu Optimasi Persediaan (X_1), Lokasi (X_2), Pelayanan (X_3) sedangkan Keputusan Pembelian(Y).
- c. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lumajang, serta responden utama pada penelitian ini yaitu konsumen Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang tersebut, rumusan masalah yang ingin dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh optimasi persediaan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang?

2. Bagaimana pengaruh lokasi toko terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisis pengaruh optimasi persediaan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang.
2. Menganalisis pengaruh lokasi toko terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang.
3. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap pengambilan keputusan pembelian di Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diinginkan bisa menghasilkan manfaat diantaranya:

a. **Manfaat Teortis:**

Memperluas khazanah serta pemahaman perihal faktor-faktor yang memengaruhi pengambilan keputusan pembelian di sektor ritel bahan bangunan, khususnya dalam konteks Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang.

b. **Manfaat Praktis:**

Memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen Toko Bangunan Gunung Raya Lumajang dalam mengoptimalkan persediaan, memilih lokasi yang strategis, dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menambah kepuasan serta loyalitas pelanggan