

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi dunia bisnis saat ini berkembang sangat pesat, menjadi tantangan atau ancaman bagi para pengusaha untuk memenangkan persaingan dan bertahan dalam bisnis. Dalam sebuah bisnis, pada dasarnya bisnis bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya agar bisnis tidak tertinggal diantara para pesaing. Berbagai kegiatan bisnis dari kecil sampai besar berlomba-lomba dalam menyusun strategi pemasarannya agar bisa tetap bersaing dengan competitor lainnya. Menurut (Alfianti et al., 2021)ⁱ Dengan seiring majunya perkembangan zaman, kehidupan manusia, budaya, serta kemajuan teknologi juga berkembang sangat pesat begitu juga dengan kemajuan teknologi pada elektronik.

Masyarakat tidak terlepas dari penggunaan produk elektronik didalam kehidupan sehari-hari karena tidak dapat dipungkiri dengan kehadiran elektronik pada saat ini sangat amat memudahkan kita dalam melakukan aktivitas sehari hari, dari aktivitas rumah tangga seperti adanya mesin cuci, setrika, kulkas, *Rice cooker* dan lain sebagainya begitu juga dengan aktivitas dalam perusahaan seperti adanya mesin printer, komputer, AC, panel dan lain-lain menjadi pengaruh yang cukup besar karena dapat menghemat waktu, tenaga menjadi lebih efisien dan efektif.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang ditawarkan, yang dapat memenuhi harapan konsumen yaitu. kualitas layanan adalah sejauh mana layanan tersebut memenuhi persyaratan yang ditempatkan padanya. Jadi, layanan adalah sekumpulan aktivitas yang tidak dapat dipengaruhi dan kemudian terjadi sebagai hasil interaksi antara penyedia layanan dan penerima layanan. Dapat dilihat bahwa kualitas layanan didasarkan pada kebutuhan atau harapan konsumen dan kemudian persepsi konsumen berakhir, oleh karena itu kualitas layanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan dan secara konsisten menanggapi harapan konsumen. Perusahaan juga harus bijak dalam memilih tempat akan melakukan segala aktivitasnya, karena lokasi yang strategis dan menguntungkan lebih menguntungkan bagi perusahaan. (Apriyani, d & sunarti, 2020).

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan manfaat lokasi bagi perusahaan sedangkan kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan perusahaan. Agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis yang semakin meningkat, konsumen memberikan penilaian terhadap kualitas barang. dan layanan yang mereka terima dengan barang yang mereka beli. Nilai konsumen memengaruhi bisnis ketika konsumen membuat perbandingan dengan pesaing berdasarkan produk atau layanan yang mereka alami. Banyak hal yang mempengaruhi pembelian secara elektronik seperti kualitas produk, pelayanan, lokasi, merek, harga, promosi dan lain-lain. Untuk mengalahkan persaingan di

antara pemasar, pemasar harus menentukan strategi pemasaran yang berpusat pada konsumen. Orientasi konsumen dilakukan oleh pengusaha dengan menciptakan inovasi yang mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau menghilangkan pengalaman yang tidak menyenangkan. (Supriyanto & Purba, 2022)

Toko Trielektrik merupakan toko elektronik yang berlokasi di pusat kota Jakarta Kota tepatnya di Glodok toko ini bertepatan pada dua buah ruko di lantai dua gedung HWI - Lindeteves. Toko ini menjual berbagai macam produk elektronik seperti Mesin cuci, Kulkas, Ac, Komputer, Panel, Lampu, Kabel dan lain sebagainya.

Persaingan para pengusaha di industri elektronik semakin ketat. Persaingan kualitas layanan dan lokasi sangat ketat sehingga perusahaan elektronik harus menawarkan layanan berkualitas dan lokasi strategis kepada konsumen. Pedagang juga diharapkan meningkatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dan lokasi yang memberikan kenyamanan bagi konsumen sehingga konsumen dapat terus berbelanja.

Fenomena permasalahan yang terjadi pada kualitas pelayanan di toko Trielektrik yaitu menurut beberapa konsumen pegawai toko Trielektrik kurang Responsif, minimnya pegawai serta kasir juga menjadi pelayanan di toko ini menjadi kurang maksimal. Begitu juga dengan lokasi toko ini yang kurang terjangkau bertempat pada lantai dua disebuah ruko menjadikan toko ini sulit

terlihat oleh masyarakat umum, minimnya lahan parkir juga mengakibatkan konsumen kesulitan untuk memarkir kendaraannya.

Dari latar belakang tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk mengetahui lebih rinci mengenai **pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen**. Penulis memilih Toko Elektronik Trielektrik sebagai tempat penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada Toko Elektronik Trielektrik yang akan dikaji selanjutnya sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Elektronik Trielektrik?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Electronik Trielektrik?
3. Apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Elektronik Trielektrik?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Elektronik Trielektri.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Toko Elektronik Trielektri.

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada Toko Elektronik Trielektri.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan memberikan pengetahuan serta digunakan bagi pihak – pihak lain:

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan atau informasi dalam mengambil dimasa yang akan datang,khususnya tentang kualitas pelayanan dan lokasi yang berpengaruh pada kepuasan konsumen di toko elektronik Trielektrik.

2. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharpkan bisa menambah pemahaman penelitian dalam ilmu manajemen khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan dalam penelitian lanjutan untuk memperluas dan mengembangkan ilmu manajemen khususnya dalam pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi literatur yang mendasari topik penelitian secara umum, dan model konseptual penelitian secara umum.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis data pembahasan pada bab ini berisi tentang profil objek penelitian, pengujian, dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis, dan jawaban atas pertanyaan – pertanyaan yang disebutkan dalam pokok permasalahan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan implikasi manajerial pada bab ini membahas tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial dan hasil penelitian