

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Tecno Sound Pro Kota Kupang”. Kualitas Pelayanan merupakan suatu *profit strategy* untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Ada begitu banyak perusahaan jasa yang pengiriman yang bermunculan saat ini, semuanya ingin menjadi yang terbaik di mata para konsumen maka dari pada itu sebuah usaha di tuntut untuk lebih tahu apa yang dia butuhkan pelanggan sasaran. Usaha yang sudah lama berdiri dan memiliki pelanggan sudah seharusnya menjaga asetnya yang sudah lama dimiliki agar tidak berpindah ke usaha yang lain dengan memberikan minat beli kepada konsumennya. Jika hal ini telah terpenuhi pesaing akan sangat sulit untuk menyaingi bahkan merebut konsumen tersebut.

Menurut Tjiptono (2014:268) definisi “kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen”. Menurut Wyock (dalam Lovelock, 1988) yang dikutip oleh Tjiptono (2014:268) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellent*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan konsumen, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka pelanggan akan merasakan adanya

perlakuan lebih yang diberikan perusahaan terdapat pada konsumen. Dengan kata lain konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan.

Selain kualitas pelayanan, yang termasuk menunjang minat beli konsumen dari lingkungan fisik toko lainnya adalah lokasi toko. Menurut Nugroho dan Paramita (2010), suatu lokasi disebut strategis bila berada dipusat kota, kepadatan populasi, kemudahan mencapainya menyangkut kemudahan transportasi umum, kelancaran lalu lintas dan arahnya tidak membingungkan konsumen. Sejalan dengan semakin menjamurnya bisnis atau usaha yang menawarkan produk atau jasa yang sejenis, perbedaan yang sangat tipis sekalipun pada lokasi dapat berdampak kuat pada pangsa pasar dan kemampuan laban sebuah usaha.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Esthi Dwiyaniti (2010), minat beli adalah tahap kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Suatu produk dikatakan telah dikonsumsi oleh konsumen apabila produk tersebut telah diputuskan oleh konsumen untuk dibeli. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh nilai prroduk yang dievaluasi. Bila manfaat yang dirasakan lebih besar dibanding pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaat lebih kecil dibanding pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pembeli Techno Sound Pro. Dengan asumsi jumlah populasi dalam penelitian ini tidak terbatas. teknik pengumpulan data

merupakan data langka yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Tecno Sound Pro Kupang. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Toko Tecno Sound Pro Kupang.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Minat Beli Konsumen.**