

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri musik di Nusa Tenggara Timur pada saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat khususnya di Kota Kupang. Jumlah event yang terselenggara di Kota Kupang dan sekitarnya semakin meningkat, menyebabkan banyaknya permintaan terhadap sound system. *Sound system* atau Sistem tata suara merupakan hal yang harus ada saat pagelaran musik, pesta perkawinan dan juga saat rapat atau seminar. Semua acara yang melibatkan banyak orang sebagai tamu atau peserta sudah tentu membutuhkan perangkat sound system yang digunakan sebagai penyampai informasi tanpa panitia harus berteriak atau bertatap muka. Hal ini mengundang persaingan yang sangat ketat antar pesaing bisnis *sound system* yang ada di kota Kupang.

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat maka perusahaan harus meningkatkan kekuatannya dengan cara memberikan perbedaan yang unik untuk menarik minat beli konsumen. Menarik minat beli dari konsumen tidak hanya dapat dilakukan dengan memberikan diskon, hadiah atau kegiatan promosi lainnya. Menarik minat beli konsumen juga dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menyenangkan bagi para konsumen yang ada di dalam toko. Apabila konsumen merasa nyaman dan senang di dalam toko diharapkan akan melakukan pembelian.

Sound system adalah sebuah sistem elektronik yang digunakan untuk memperkuat dan mengatur suara agar dapat didengar oleh sejumlah besar orang. Pada dasarnya sebuah toko mempunyai dua hal penting yang dapat ditawarkan kepada konsumen, yaitu produk dan teknik menampilkan produk tersebut sehingga terlihat menarik. Lingkungan toko adalah suasana lingkungan toko yang hendaknya terasa nyaman dan menyenangkan bagi para pengunjung sehingga merangsang konsumen untuk menghabiskan waktu dan berbelanja di toko.

Bisnis jual beli atau penyewaan *sound system* semakin banyak dan mudah dijumpai di sekeliling kita. Dalam perkembangannya, peningkatan jumlah *sound system* meningkat secara signifikan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Usaha ini merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan dan berhubungan dengan jasa. Tecnho sound pro merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam *sound system* dan membantu masyarakat yang memerlukan jasa penyewaan *sound system* yang berada di Kota Kupang. Strategi ini dijalankan karena departement store mengadopsi konsep belanja di suatu tempat.

Hal ini diharapkan dapat menarik pengunjung sebanyak-banyaknya untuk masuk kedalam suatu departement store. Namun demikian, maraknya pendirian pusat-pusat perbelanjaan di kota-kota besar telah mengakibatkan persaingan antar pusat perbelanjaan dalam menjaring pengunjung. Untuk menarik pengunjung sebanyak mungkin, kebanyakan pusat perbelanjaan menggunakan berbagai strategi untuk membuat pengunjung merasa senang dan terhibur sehingga mereka merasa betah untuk tinggal lebih lama di dalamnya.

Berkembangnya bisnis toko elektronik di Kota Kupang juga diikuti oleh salah satu toko Tecno Sound Pro yang terletak di Jl. Piet A. Tallo, Liliba, Kec. Kelapa Lima, Kota Kupang. Tecno Sound Pro adalah salah satu yang bergerak di bidang bisnis elektronik. Toko Tecno Sound Pro juga menyediakan berbagai macam barang elektronik yaitu Mixer SQ PMR4, Power Yamaha P700, Paramentrik Bob Audio SP1, Speaker aktif Borneo 15", mic clip on kable, dan lain-lain. Toko juga menyediakan jasa penyewaan sound sistem, panggung, dan lampu acara bagi konsumen yang mengadakan pesta, rapat, ataupun kegiatan rohani. Pelaku bisnis harus mulai memikirkan strategi dan cara yang terbaik untuk menarik konsumen dengan membuat kualitas pelayanan yang dapat menarik minat konsumen menjadi puas terhadap produk dimiliki di toko tersebut.

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 dituntut 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 Wysock (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 terhadap 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 laba sebuah usaha.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Esthi Dwiyanti (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 produk 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.

Tabel 1.1

Data Penjualan di Tecnho Sound Pro Kupang 2021-2023

NO	TAHUN	NAMA PRODUK	JUMLAH TERJUAL	HARGA/UNIT (Rp)	JUMLAH (Rp)
1	2021	Mic Shure 879			
		Power	35 Unit	850.000	29.750.000
		Yamaha P700	28 Unit	4.000.000	112.000.000
		Speaker Aktif Borneo 15”	15 Unit	8.000.000	120.000.000
2	2022	Mic Shure 879			
		Power	32 Unit	850.000	27.200.000
		Yamaha P700	17 Unit	4.000.000	68.000.000
		Speaker Aktif Borneo 15”	13 Unit	8.000.000	104.000.000
3	2023	Mic Shure 879			
		Power	21 Unit	850.000	17.850.000
		Yamaha P700	10 Unit	4.000.000	40.000.000
		Speaker Aktif Borneo 15”	9 Unit	8.000.000	72.000.000
Total			180 Unit		590.800.000

Sumber Data: Toko Tecnho Sound Pro

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa volume penjualan produk di toko tecno sound pro kupang mengalami fluktuasi. Pada tahun 2021 dapat menjual sebanyak 78 produk, adapun berbagai macam produk yaitu mic shure 879 dengan harga/unit Rp.850.000 mampu menjual 35 unit, power yamaha p700 dengan harga/unit Rp.4.000.000 mampu menjual 28 unit, speaker aktif borneo 15” dengan harga/unit Rp.8.000.000 mampu menjual 15 unit. Sehingga total penjualan pada tahun 2021 sebesar Rp.261.750.000.

Pada tahun 2022 dapat menjual sebanyak 62 produk, adapun berbagai macam produk yaitu mic shure 879 dengan harga/unit Rp.850.000 mampu menjual 32 unit, power yamaha p700 dengan harga/unit Rp.4.000.000 mampu menjual 17 unit, speaker aktif borneo 15” dengan harga/unit Rp.8.000.000 mampu menjual 13 unit. Sehingga total penjualan pada tahun 2022 sebesar Rp.199.200.000.

Sedangkan pada tahun 2023 dapat menjual sebanyak 40 produk, adapun berbagai macam produk yaitu mic shure 879 dengan harga/unit Rp.850.000 mampu menjual 21 unit, power yamaha p700 dengan harga/unit Rp.4.000.000 mampu menjual 10 unit, dan speaker aktif borneo 15” dengan harga/unit Rp.8.000.000 mampu menjual 9 unit. Sehingga total penjualan pada tahun 2023 Rp. 129.850.000.

Terlihat adanya persaingan bisnis di toko tecno sound pro kupang. Untuk mempertahankan agar pangsa pasar tecno sound pro terus meningkat, pihak pengelola harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola harus mulai berfikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui apa

kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpuaskan oleh produknya. Memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan, konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari.

Tabel 1.2

Data Pengunjung Toko Tecno Sound Pro Kupang dari tahun 2021-2023

No	Tahun	Jumlah Pengunjung
1	2021	3250
2	2023	1500
3	2024	2150

Sumber Data : Toko Tecno Sound Pro

Berdasarkan data tabel 1.2 di atas dapat diketahui bahwa pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023 terjadi perubahan naik turunnya jumlah pengunjung pada toko tecno sound pro. Pada tahun 2021 jumlah pengunjung yang mendatangi toko sebanyak 3250 orang. Pada tahun 2022 mengalami penurunan sebanyak 1500 orang. Sedangkan pada tahun 2023 mengalami kenaikan sebanyak 2150 orang.

Fluktuasi pada pengunjung toko tecno sound pro kota kupang terjadi akibat beberapa faktor antara lain kualitas pelayanan toko dan lokasi toko tersebut. Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan bahwa pada pemenuhan keinginan pelanggan. Untuk menciptakan pelanggan yang tinggi, sebuah perusahaan harus mampu menemukan pelayanan yang di terima atau di rasakan oleh pelanggan yang sesuai atau bahkan

melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Jadi, semakin tingginya kualitas pelayanan yang berakibat tingginya tingkat kepuasan akan berdampak juga bagi minat pelanggan.

Begitu juga dengan lokasi pada toko tersebut. Penentuan lokasi yang strategis dapat meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke toko dan dapat meningkatkan volume penjualan secara signifikan. Penentuan lokasi juga harus memperhatikan beberapa variabel diantaranya visibilitas akses jalan, tempat parkir, lingkungan dan toko-toko pesaing yang ada di daerah tersebut. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum memulai bisnisnya. Lokasi yang tepat adalah salah satu modal untuk mendapatkan dan meningkatkan volume penjualan.

Penelitian terdahulu oleh (Titi Hasanah, 2022) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap minat pembeli di kedai kopi puyang lahat yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh lokasi terhadap minat pembelian kedai kopi puyang lahat. Artinya, semakin meningkat lokasi maka semakin meningkat juga minat pembelian. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian kedai kopi puyang lahat. Artinya, semakin meningkat lokasi maka semakin meningkat juga minat pembelian. Terdapat pengaruh lokasi (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap minat pembelian (Y). Artinya, semakin meningkat lokasi dan kualitas pelayanan maka semakin meningkat juga minat pembelian.

Penelitian terdahulu oleh (M. Ilham Nur Cholis, 2021) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada

stand makanan tori-yo surabaya yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya semua variabel bebas secara bersama-sama mampu mempengaruhi variabel terikat secara signifikan. Maka dapat ditarik kesimpulan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap minat beli konsumen adalah positif.

Bagi seorang konsumen, kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas yang diberikan oleh pihak toko menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari toko tecnho sound pro maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan kepada konsumen. Dengan kata lain konsumen akan merasa puas dengan apa yang diberikan oleh toko. Dalam hal ini permasalahan pada kualitas pelayanan yaitu kurang tanggapnya karyawan dalam melayani pelanggan yang merasa kesulitan saat berbelanja.

Toko Tecnho Sound Pro Kupang sendiri menyediakan berbagai sarana untuk membuat konsumen merasa nyaman dan aman seperti tempat parkir yang disediakan aman. Dilihat dan ditinjau dari segi lokasi Toko Tecnho Sound Pro terbilang strategis. Kemudahan akses sampai di toko Tecnho Sound Pro dari berbagai sudut Liliba terutama lewat sarana angkutan umum. Dimana kendaraan ini sangat banyak yang melewati lokasi toko tecnho sound pro tersebut. Hal ini dikarenakan letak toko tecnho sound pro tersebut. Hal ini dikarenakan letak toko

tecnho sound pro yang terletak di Jl. Piet A. Tallo Liliba, yang merupakan jalan umum yang banyak di lalui oleh kendaraan umum.

Pada akhirnya kualitas pelayanan dan lokasi toko tersebut dirancang sedemikian rupa untuk dapat menarik minat beli konsumen. Hal yang harus diperhatikan dalam menarik minat beli konsumen yakni penjual harus sanggup memberikan kesan yang baik serta lokasi yang nyaman sebelum menjual barangnya, kesan yang dapat membentuk citra terhadap tokonya.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Tecnho Sound Pro Kota Kupang”**.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang di uraikan maka perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Tecnho Sound Pro Kota Kupang”**

1.3 Persoalan penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Toko Tecnho Sound Pro Kota Kupang ?
2. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Toko Tecnho Sound Pro Kota Kupang ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Toko Tecno Sound Pro Kota Kupang.
2. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Toko Tecno Sound Pro Kota Kupang.

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru kepada pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat bermanfaat sebagai bahan pedoman atau pembanding untuk penelitian selanjutnya agar dapat menyusun proposal skripsi dengan baik dan benar.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan tentang kualitas pelayanan, lokasi dan minat beli konsumen agar memperdalam ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, informasi tambahan dan dapat sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk lebih memahami sejauh mana peranan kualitas pelayanan dan lokasi terhadap minat beli konsumen dalam pembelian *sound system*. Serta dapat membantu perusahaan dalam

mengambil kebijakan yang tepat dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.