

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada tahun 2022 ini seiring berkembangnya gaya hidup urban, penampilan menjadi kebutuhan yang dianggap penting oleh kebanyakan orang. Penampilan bukan hanya dilihat dari pakaian saja, namun juga dilihat dari sehatnya wajah dan kosmetik yang digunakan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk memiliki wajah yang sehat agar terlihat lebih menarik, salah satunya adalah melakukan perawatan wajah menggunakan *skin care*. Penampilan yang menarik bisa menambah kepercayaan diri pada seseorang. Tingginya pertumbuhan bisnis *skin care* dan kosmetik tidak terlepas dari besarnya transaksi pembelian yang dilakukan oleh konsumen, baik pembelian untuk pertama kali ataupun pembelian ulang.

Pembelian ulang merupakan suatu proses pembelian kembali barang atau jasa untuk kesekian kalinya, setelah melakukan pembelian pertama. Keputusan pembelian ulang terjadi setelah konsumen melalui serangkaian proses pembelian, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Melisa, 2012). Pembelian ulang menurut Kotler & Keller (2016) merupakan tindakan konsumen setelah pembelian, yang dipengaruhi oleh terjadinya kepuasan atau ketidakpuasan setelah pembelian konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang antara lain adalah lokasi usaha (Fardiani et al., 2021), kualitas pelayanan (Febriansyah & Triputra, 2021), dan kelengkapan produk (Aripin et al., 2019).

Lokasi merupakan faktor penting dalam menentukan kesan suatu toko yang berbentuk struktur fisik, digunakan untuk melakukan penempatan usaha, dan kegiatan dalam menyediakan layanan bagi konsumen (Utami, 2012). Sedangkan menurut Kasmir (2016) lokasi adalah tempat berlangsungnya operasional perusahaan atau juga bisa diartikan dengan tempat melayani konsumen. Secara umum terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan lokasi usaha yaitu, lokasi yang strategis dan mudah untuk ditemukan, tersedia lahan parkir untuk konsumen, dan mudah untuk dijangkau.

Lokasi usaha yang strategis, mudah ditemukan dan dijangkau, dengan fasilitas transportasi yang memadai, akan membuat konsumen merasa dimudahkan untuk sampai ke toko. Tersedianya lahan parkir yang luas dan dijaga oleh orang langsung ataupun *cctv* juga akan membuat konsumen lebih percaya untuk menitipkan kendaraannya. Sehingga lokasi usaha merupakan faktor yang penting dalam mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fardiani et al., 2021) bahwa lokasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Selain lokasi, pembelian ulang dapat terjadi karena adanya pengaruh dari kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen. Kotler & Keller (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan setiap kegiatan atau tindakan yang pada umumnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lainnya. Kualitas pelayanan adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan konsumen (Diza et al., 2016).

Oleh karena itu toko ritel harus memberikan layanan yang berkualitas untuk mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli ulang barang yang dijual di toko ritel. Kualitas pelayanan yang baik dapat meyakinkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriansyah dan Gerry (2021) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Pembelian ulang menurut Aripin et al., (2019) juga dipengaruhi oleh kelengkapan produk. Menurut Kotler & Keller (2016) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dikonsumsi atau dipakai oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Menurut (Ma'ruf, 2015) kelengkapan produk mengacu pada aktivitas pengadaan produk (pakaian, perlengkapan rumah tangga, makanan, produk umum, dan lain-lain, atau kombinasinya) berdasarkan bisnis yang dijalani toko untuk di sediakan dengan harga, jumlah, dan waktu yang sesuai untuk mencapai sasaran toko.

Kelengkapan produk menjadi hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen. Toko yang memiliki kelengkapan produk yang baik akan memudahkan konsumen untuk memilih barang yang akan mereka beli, sehingga konsumen tidak perlu berpindah-pindah toko untuk menemukan barang yang mereka perlukan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aripin et al., 2019) yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang.

Obyek penelitian ini adalah Ponorogo *Olshop* Murah, yang menyediakan berbagai macam produk yang diperlukan konsumen untuk perawatan diri, mulai

dari berbagai jenis *skin care*, *body care*, masker, dan kosmetik dari berbagai merek. Alasan memilih objek ini karena hasil observasi yang dilakukan peneliti menemukan bahwa terdapat permasalahan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop Murah*, menurut pemilik pembelian ulang yang dilakukan konsumen tergolong rendah di Ponorogo *Olshop Murah* hal tersebut disebabkan oleh adanya keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen, terkait dengan lokasi yang sulit untuk dijangkau, antrian kasir yang cukup panjang dalam waktu tertentu, dan juga stok produk yang cepat habis.

Berdasarkan uraian fenomena tersebut, maka peneliti berminat untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Lokasi Usaha, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Survei Pada Konsumen Ponorogo *Olshop Murah*).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran dari fenomena dan *research* di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop Murah*?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop Murah*?
3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop Murah*?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penulisan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop* Murah.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop* Murah.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian ulang di Ponorogo *Olshop* Murah.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan mampu untuk memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Manfaat bagi perusahaan adalah hasil penelitian ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan Ponorogo *Olshop* Murah mengenai lokasi usaha, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian ulang. Sehingga dapat dijadikan pertimbangan dan perkembangan strategi dimasa mendatang.
2. Manfaat untuk penulis adalah sebagai sarana latihan untuk kemampuan ilmiah mahasiswa, menambah pengetahuan dan wawasan khususnya dibidang ilmu manajemen pemasaran, dan menerapkan teori-teori yang telah diterima selama perkuliahan dengan praktek nyata mengenai keputusan pembelian ulang konsumen.
3. Manfaat bagi penelitian selanjutnya adalah hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi peneliti dimasa yang akan datang saat akan

meneliti mengenai keputusan pembelian ulang konsumen terutama yang menggunakan variabel lokasi usaha, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk sebagai variabel independen, dan keputusan pembelian ulang sebagai variabel dependen.

