

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan dunia pemasaran pada era globalisasi sekarang ini telah menjadi begitu kompleks dan begitu penuh dengan istilah-istilahnya. Pemasaran pada dasarnya adalah membangun merek di benak konsumen. Merek diyakini mempunyai kekuatan yang besar untuk memikat orang untuk membeli produk atau jasa. Dengan adanya merek maka akan mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan produk dan jasanya kepada para konsumen sehingga merek harus tetap hidup dan dapat di terima pasar. Merek yang kuat akan membangun keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2009) keputusan pembelian adalah konsumen membentuk niat untuk membeli merk yang paling disukai, sedangkan menurut Tjiptono (2008) proses keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.

PT Ambra Logistik Mandiri adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ekspedisi muatan kapal laut di surabaya. PT Ambra Logistik Mandiri berfokus pada jasa pengiriman container via kapal laut member of PT. Mentari line. Semula dengan nama PT. Banggai Jaya Perkasa dan berganti nama per tanggal 11 juli 2016. PT Ambra Logistik Mandiri terus menerus menerus mengibarkan sayapnya di dunia ekspedisi dan terus melaukan observasi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa ekspedisi di PT Ambra Logistik Mandiri oleh pelanggannya. Hal itu dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini yang dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan PT Ambra Logistik Mandiri semakin meningkat.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan PT Ambra Logistik Mandiri

NO	BULAN / TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
1	Januari 2017	31 Pelanggan

NO	BULAN / TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
2	Februari 2017	34 Pelanggan
3	Maret 2017	29 Pelanggan
4	April 2017	36 Pelanggan
5	Mei 2017	38 Pelanggan
6	Juni 2017	45 Pelanggan
7	Juli 2017	39 Pelanggan
8	Agustus 2017	37 Pelanggan
9	September 2017	41 Pelanggan
10	Oktober 2017	44 Pelanggan
11	November 2017	44 Pelanggan
12	Desember 2017	46 Pelanggan
13	Januaei 2018	51 Pelanggan
14	Februari 2018	56 Pelanggan
15	Maret 2018	76 Pelanggan

Sumber: PT Ambra Logistik Mandiri

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi. Menurut Kasmir (2009) lokasi yaitu tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya, sedangkan menurut Lupiyoadi (2009) lokasi berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya. PT Ambra Logistik Mandiri harus terus mengibarkan sayapnya untuk faktor lokasi ini.

Selain lokasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Menurut Kotler (2008) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. PT Ambra Logistik Mandiri harus terus memantau masalah harga agar kompetitif dengan para pesaingnya, dimana pelanggan tidak lari dan tetap menggunakan jasa PT Ambra Logistik Mandiri.

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul **“Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Logistik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah lokasi secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik?
2. Apakah harga secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik?
3. Apakah lokasi dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui lokasi secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik.
2. Untuk mengetahui harga secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik.
3. Untuk mengetahui lokasi dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian jasa logistik.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan lokasi dan harga, yang berdampak pada keputusan pembelian.
2. Bagi peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
3. Bagi peneliti selanjutnya: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur tingkat keputusan pembelian jasa yang diukur menggunakan variabel lokasi dan harga.
- b. Serta penelitian ini menggunakan sampel atau responden hanya pada pelanggan di perusahaan penulis.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.