

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Memasuki dunia milenial, persaingan dalam bisnis semakin ketat dan pesat. Perusahaan perlu mengubah dan mempertahankan bisnisnya agar terus mengikuti perkembangan saat ini. Dengan banyaknya pesaing, konsumen bertanya-tanya apa yang menjadi fokusnya saat berbelanja. Selain itu, niat membeli konsumen menurun dan konsumen menjadi lebih proaktif dalam melakukan pembelian. Pemasar perlu mengembangkan strategi yang tepat untuk mengalahkan pesaing serta dalam menjalankan fungsi manajemen, pemasar perlu memahami karakteristik pasar atau pelanggan. Manajemen pemasaran sangat dibutuhkan dalam segala bisnis untuk menarik pelanggan dan membuat keputusan pembelian, salah satunya pada bisnis ritel. Sebuah bisnis ritel bisa dikatakan berhasil apabila mampu membuat banyak keputusan konsumen (Sulastri & Sholeh, 2024).

Usaha ritel sendiri merupakan kegiatan usaha untuk menjual berbagai barang atau jasa untuk konsumsi langsung maupun tidak langsung . Dalam rantai perdagangan, ritel merupakan bagian akhir dari pendistribusian barang dan jasa serta mempunyai kontak langsung dengan konsumen. Pengecer umumnya tidak memproduksi atau menjual produk ke pengecer lain. Industri ritel di Indonesia secara umum dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu ritel modern dan ritel tradisional (Riswanto & Bakar, MM, 2023).

Ritel modern dan tradisional memiliki perbedaan yang cukup menonjol, dapat dilihat dari beberapa aspek. Ritel modern memiliki keunggulan dalam hal keadaan fisik yang baik dan tampak mewah, metode penetapan harga yang pasti, memiliki modal yang kuat, memerlukan cukup banyak tenaga kerja, dan sistem pembayaran yang disesuaikan dengan teknologi terbaru. Karakteristik dari ritel tradisional memiliki keadaan fisik yang kurang baik, penataan produk kurang rapih, metode penetapan harga yang dapat ditawar, memiliki modal yang relatif lemah, dan umumnya menggunakan sistem pembayaran tunai (Felycia & Genoveva, 2021). Pada intinya ritel modern merupakan evolusi dari ritel tradisional, dalam pelaksanaannya menerapkan konsep modern, memanfaatkan teknologi dan memperhatikan perkembangan gaya hidup masyarakat sebagai konsumen (Riswanto & Bakar, MM, 2023).

Seiring berkembangnya kebutuhan dan berubahnya gaya hidup masyarakat, pola perilaku berbelanja pun ikut berubah. Pada awalnya masyarakat berbelanja di ritel tradisional, namun seiring berkembangnya pemasaran dan meraknya ritel modern yang mengutamakan kemudahan, kebersihan, pelayanan yang memuaskan dan kenyamanan bagi konsumen, masyarakat pun beralih ke toko ritel modern.

Perubahan pola perilaku belanja pelanggan yang terjadi harus direspon serius oleh peritel untuk menjaga kelangsungan usaha mereka dalam jangka panjang. Saat ini, konsumen semakin memperhatikan nilai tambah terkait dengan kenyamanan saat berbelanja. Istilah "*one-stop shopping*" membeli seluruh kebutuhan konsumen di satu tempat, termasuk kebutuhan pribadi,

barang-barang rumah tangga, pakaian, makanan, dan minuman. Selain itu, konsumen tidak melakukan tawar-menawar yang memakan waktu. Oleh karena itu, banyak konsumen yang beralih ke ritel modern untuk memenuhi kebutuhannya.

Meski begitu industri ritel modern juga mengalami tantangan yang cukup kompleks yaitu adanya persaingan. Persaingan dalam industri ritel modern bukan hanya persaingan antar sesama toko fisik ritel saja, namun juga dengan merebaknya *online shop* yang menawarkan berbagai kemudahan yang memungkinkan kegiatan berbelanja dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan harga yang kompetitif tentu menjadi ancaman yang cukup serius bagi industri ritel modern. Adanya persaingan tersebut peritel dituntut agar mampu bersaing dan memberikan nilai tambah di mata konsumen. Peritel juga harus lebih inovatif dan memahami kebutuhan konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Salah satu upaya yang dilakukan peritel untuk menghadapi persaingan ini dengan membuat konsep toko yang menarik, tata letak produk yang lebih modern, dan transaksi yang lebih mudah serta dengan memberikan pelayanan yang baik untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, berbagai upaya ini dilakukan untuk menarik perhatian konsumen.

Persaingan pada bisnis ritel tak hanya berlaku di kota-kota besar saja, namun persaingan bisnis ritel juga terjadi di kota kecil seperti Kota Kebumen. Kota Kebumen merupakan salah satu kota yang terletak di Jawa Tengah dengan pertumbuhan perekonomian yang cukup pesat terbukti dengan adanya

sejumlah usaha ritel yang hampir ada disetiap sudut daerah, dengan berbagai kategori dan keunggulan yang berbeda. Salah satu ritel yang cukup menarik di Kebumen yaitu Family Enam. Family Enam terletak di pusat kota dan memiliki desain luar toko yang menarik, sehingga membuat masyarakat penasaran dan ingin mengunjungi ritel ini. Untuk membuktikan bahwa Family Enam menarik, maka penulis melakukan observasi dengan membandingkan beberapa pesaing Family Enam yang berada di Kebumen.

Penulis melakukan observasi awal kepada beberapa konsumen ritel untuk memperkuat penelitian penulis terhadap ritel. Berikut hasil observasi penulis kepada beberapa konsumen ritel di Kebumen:

**Tabel I- 1**  
**Hasil Observasi Ritel di Kebumen**

No	Nama Toko Ritel	Jumlah	Presentase
1	Family Enam	40	80 %
2	Toko Kana	1	2%
3	Toko Mantep	1	2%
4	Toko Sukses	1	2%
5	Jadi Baru	4	8%
6	Rita Pasaraya	3	6%
<b>Jumlah</b>		<b>50</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah (November 2024)*

Berdasarkan tabel I-1, menunjukkan sebanyak 40 responden memilih Family Enam dengan presentase 80%. 1 responden memilih Toko Kana dengan presentase 2%, sebanyak 1 responden memilih Toko Mantep dengan presentase 2%, 1 responden memilih Toko Sukses dengan presentase 2%, kemudian 4 responden memilih Jadi Baru dengan presentase 8%, serta 3 responden memilih Rita Pasaraya dengan presentase 6%. Berdasarkan hasil

observasi tersebut menunjukkan Family Enam menjadi ritel yang paling banyak dipilih oleh responden dalam penelitian ini, mengungguli pesaingnya seperti Toko Kana, Toko Mantep, Toko Sukses, Jadi Baru dan Rita. Hal ini cukup menarik karena jika diperhatikan dari jumlah pengunjung sehari-hari, Jadi Baru dan Rita memiliki pengunjung yang lebih banyak dibandingkan Family Enam. Namun, sebagian besar responden memilih Family Enam karena ritel ini masih tergolong baru, sehingga menimbulkan rasa penasaran dan dorongan untuk mengunjungi dan melakukan pembelian di Family Enam.

Family Enam merupakan salah satu ritel yang berada di Kabupaten Kebumen, usaha yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang merupakan perusahaan ritel, dengan format *supermarket* yang terletak di JL. Mayjend. Panjaitan No. 26 Bumirejo, Kebumen (Depan SMP N 1 Kebumen). Family Enam menyediakan *personal care* seperti *skincare*, *make up*, alat tulis kantor, aksesoris, dan mainan anak. Family Enam melakukan *grand opening* pada 23 Maret 2024. Family Enam termasuk dalam kategori ritel modern ditandai dengan adanya sistem manajemen penjualan yang dilakukan secara modern dan lebih canggih. Seiring berjalannya waktu persaingan dan perkembangan bisnis ritel di Kebumen semakin ketat. Adanya persaingan yang semakin ketat ini membuat Family Enam harus mampu menarik konsumen agar meningkatkan keputusan pembelian di Family Enam.

Pengambilan keputusan merupakan aspek penting dalam manajemen dan untuk mengetahui apa yang akan kita lakukan dan bagaimana kita mengambil keputusan (Nurrahmasari & Sidanti, 2023). Pengambilan

keputusan salah satu hal dan aktivitas yang sering kita jumpai sehari-hari. Menurut Kotler (2017:184) dalam Mila Siti Karmila et al., (2023), menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membuat keputusan untuk membeli. Konsumen dapat dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk.

Penulis melakukan observasi untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi alasan konsumen melakukan keputusan pembelian di Family Enam Kebumen. Berikut hasil observasi yang penulis lakukan:

**Tabel I- 2**  
**Hasil Observasi Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Family Enam Kebumen**

No	Jawaban	Faktor yang Mempengaruhi	Jumlah Responden
1	Lokasi mudah dijangkau, beada dilokasi yang strategis, dan area parkir luas.	Lokasi	13
2	Pelayanan baik dan cepat, karyawan ramah kepada konsumen.	Kualitas Pelayanan	6
3	Harga yang relative murah, harga kompetitif.	Harga	2
4	Terdapat banyak variasi pilihan merek, barangnya lengkap, dan terdapat variasi ukuran produk.	Keragaman Produk	13
5	Tokonya nyaman serta kebersihan terjaga, penataan barang rapih dan teratur.	Suasana Toko	6
<b>Jumlah</b>			<b>40</b>

*Sumber : Data Primer yang diolah (November 2024)*

Berdasarkan tabel I-2, menunjukkan hasil observasi yang dilakukan kepada 41 konsumen Family Enam Kebumen menunjukkan 12 orang melakukan keputusan pembelian karena lokasi, sebanyak 6 orang melakukan keputusan pembelian karena kualitas pelayanan, sebanyak 3 orang melakukan keputusan pembelian karena harga, sebanyak 13 orang melakukan keputusan pembelian karena keragaman produk, dan tidak ada yang melakukan keputusan pembelian karena promosi, serta 6 orang melakukan keputusan pembelian karena suasana toko.

Berdasarkan tabel I-2, terdapat lima jawaban yang menjadi faktor penyebab konsumen melakukan keputusan pembelian. Penulis mengambil empat faktor utama yang paling banyak dilakukan oleh responden saat melakukan keputusan pembelian, yaitu lokasi, kualitas pelayanan, keragaman produk dan suasana toko. Sedangkan faktor paling utama yang menjadi penyebab konsumen melakukan keputusan pembelian di Family Enam Kebumen adalah lokasi dan keragaman produk.

Menurut Aini et al., 2022 dalam Nurrahmasari & Sidanti (2023) keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan yang berhubungan dengan pengambilan keputusan yang melibatkan pada pembelian atau tidak terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Buchari, 2011 dalam Ramdan Sumarla (2023) keputusan pembelian merupakan terbentuknya sikap konsumen untuk mengolah informasi dan merespon produk yang dibelinya karena keputusan pembelian suatu produk membutuhkan suatu proses yang dipengaruhi oleh keuangan, lokasi, harga, produk, promosi, teknologi, politik, budaya, bukti

fisik dan proses. Kegiatan penentuan keputusan pembeli terdiri, dari identifikasi permasalahan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, penentuan keputusan pembelian, serta sikap setelah membeli (Sulastri & Sholeh, 2024).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis, Family Enam Kebumen terjadi proses keputusan pembelian yang kebanyakan dilakukan oleh konsumen terutama kaum perempuan seperti ibu-ibu, siswi SMP, dan SMA serta mahasiswi. Kebanyakan dari mereka membeli seperti *skincare* dan *make up*, sebelum memutuskan membeli mereka akan melakukan tahapan pemilihan terlebih dahulu seperti pengenalan produk, kualitas produk, mencari informasi kemudia melakukan keputusan pembelian suatu produk.

Dari hasil obsevasi diatas lokasi menjadi hal yang paling banyak mempengaruhi keputusan pembelian. Banyak penelitian telah membuktikan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, karena jika sebuah toko atau gerai berada di lokasi yang strategis menurut konsumen, maka akan membuat konsumen memutuskan membeli di toko tersebut. Menurut Muhammad Nor & Indriati Sumarni, (2023) lokasi merupakan suatu keputusan dimana perusahaan membuat usahanya dengan mengoperasikan dan staffnya ditempatkan merupakan faktor penempatan lokasi yang benar dan tepat, agar konsumen pun memiliki keputusannya dalam memilih dan membeli yang nantinya berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha produk atau jasa. Lokasi suatu bisnis merupakan salah satu hal yang menentukan keberhasilan

suatu bisnis, sebisa mungkin lokasi sebuah bisnis ditempat yang strategis, mempunyai akses yang mudah dan dekat dengan keramaian.

Jika diperhatikan Family Enam berada di lokasi yang cukup ramai karena berada di sebrang SMP N 1 Kebumen dekat dengan SMA N 1 Kebumen serta dekat dengan pusat kota Kebumen dan didekat perempatan jalan, walaupun hanya dilalui kendaraan dari barat karena pemberlakuan satu arah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Muhammad Nor & Indriati Sumarni (2023), berjudul “Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ritel Modern Studi Pada Mini Market Borneo Tabalong” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah keragaman produk, Menurut Fandy Tjiptono dalam Makena (2023) keragaman produk adalah keputusan tentang penempatan produk yang berhubungan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Agustina (2017) dalam Ulfami & Saino (2020) berpendapat semakin beragam produknya, konsumen akan semakin puas dalam memilih produk, sehingga dengan begitu keputusan pembelian yang dilakukan konsumen akan semakin kuat jika suatu toko menyediakan produk yang beragam. Keragaman produk menjadi salah satu faktor lain selain lokasi yang memicu terjadinya keputusan pembelian. Semakin bertambahnya jumlah dan jenis produk yang dijual disuatu tempat maka konsumen pun akan merasa puas.

Family Enam Kebumen menawarkan produk yang beragam, produk-produk yang dijual memiliki variasi brand atau merek-merek yang favorit dan ternama baik dalam kategori perawatan kulit, *skincare*, kosmetik, aksesoris, alat tulis kantor serta mainan anak-anak. Ragam produk yang ditawarkan Family Enam juga mencakup berbagai variasi jenis dan ukuran yang sesuai dengan kebutuhan berbagai konsumen. Keragaman produk di Family Enam tercermin dari rangkaian produknya mulai dari produk premium hingga produk yang ekonomis, sehingga memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih sesuai kebutuhan dan anggarannya. Kualitas setiap produk yang dijual terjamin sehingga semakin membuat konsumen yakin memutuskan pembelian di Family Enam. Hasil observasi yang menunjukkan bahwa konsumen membuat keputusan pembelian di Family Enam karena keragaman produk yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Makena, 2023) berjudul “Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Kanaan di Kelurahan Kolana Utara Kecamatan Alor Timur Kabupaten Alor” yang menyatakan terdapat pengaruh positif antara keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

Variabel lainnya setelah keragaman produk yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan, Ramdan Sumarla (2023) menyatakan kualitas pelayanan akan membawa keuntungan pada perusahaan dikarenakan adanya *feedback* dari konsumen yang puas akan kualitas pelayanan yang didapatinya. Salah satu faktor yang menjadi pemicu terjadinya

keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dalam Rumra (2022) kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen. Dalam menjalankan proses bisnis konsumen harus diberi pelayanan yang terbaik, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat dengan keputusan pembelian yang seseorang lakukan.

Sering kali dijumpai, alasan pembeli tidak mau membeli di suatu toko atau gerai karena kualitas pelayanannya. Hal ini karena orang-orang sangat memperhatikan sikap satu sama lain, dan dalam beberapa kasus, mereka dapat meninggalkan kesan yang kurang baik. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan baik, tentu akan membuat kesan yang baik bagi para konsumen dan akan membuat konsumen melakukan keputusan pembelian atau bahkan akan loyal terhadap toko tersebut. Family Enam memiliki kualitas pelayanan yang baik, staffnya ramah dan mengetahui betul tentang produk-produk yang dijual seperti skincare dan kosmetik sehingga dapat membantu memberikan rekomendasi yang tepat sesuai kebutuhan pelanggan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti sebelumnya yang menunjukkan bahwa konsumen membuat keputusan pembelian di Family Enam karena kualitas pelayanan yang diberikan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ramdan Sumarla (2023) berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Sampoerna Retail Community (SRC) Cokro Roso Di

Jakarta” yang menyatakan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian tidak hanya berdasarkan dari lokasi toko, kelengkapan barang dan pelayanan dan produknya saja, namun juga suasana toko yang nyaman. Suasana toko yang nyaman akan memberi kesan yang baik kepada konsumen, jika sebaliknya suasana toko yang diciptakan tidak nyaman maka akan memberi kesan yang kurang baik kepada konsumen. Suasana toko menjadi salah satu faktor lain selain lokasi, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang memicu terjadinya keputusan pembelian. Menurut Utami (2010:279) dalam Indah Saraswati et al., (2023) suasana toko merupakan desain visual yang dilakukan dengan komunikasi visual, pencahayaan atau penerangan, warna, musik, dan wangi-wangian atau aroma untuk meningkatkan respon emosional dan persepsi konsumen dalam memberi suatu produk.

Berdasarkan observasi secara langsung yang dilakukan oleh peneliti di Family Enam bisa diketahui bahwa suasana di Family Enam sangat nyaman, warna dindingnya cerah dan nyaman dipandang, tata letak dan jarak rak yang didesain untuk kemudahan dan kenyamanan konsumen ketika berbelanja, pencahayaan dengan jumlah lampu yang banyak dan terang, dilengkapi dengan cermin untuk memudahkan konsumen ketika fitting produk yang akan dibeli, sejuk disertai dengan musik-musik untuk menemani konsumen dalam berbelanja dan memiliki ruangan yang cukup luas. Family Enam didesain sedemikian rupa dengan tujuan membuat konsumen nyaman dalam berbelanja hal ini karena menjaga suasana toko yang baik diperlukan untuk meningkatkan

keputusan pembelian. Hasil observasi yang menunjukkan bahwa konsumen membuat keputusan pembelian di Family Enam Kebumen karena suasana toko. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Isnaeni Azizah1 (2024) yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian pada Miniso di Trio Mall Kebumen” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara suasana toko terhadap keputusan pembelian.

Hasil yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih banyak membuat keputusan pembelian membuat penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam keputusan pembelian di Family Enam Kebumen dan faktor yang menyebabkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian sendiri dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti lokasi, kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan suasana toko.

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan masalah tersebut dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Family Enam Kebumen)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Keputusan pembelian merupakan konsumen memutuskan akan membeli sesuatu yang diinginkannya serta kebutuhan konsumen saat itu, bisa juga diartikan sebagai pilihan dalam memilih produk yang satu dengan satunya lagi. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Family

Enam Kebumen dalam penelitian ini yaitu, lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko. Dari peristiwa diatas maka pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen?
2. Apakah pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen?
3. Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen?
4. Apakah pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen?
5. Apakah lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan suasana toko berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen?

### **1.3. Batasan Masalah**

Untuk menghindari perluasan masalah dalam penelitian ini, maka penulis membatasi masalah sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Family Enam Kebumen yang sudah pernah melakukan pembelian semua produk yang tersedia di Family Enam Kebumen (skincare, makeup, alat tulis kantor, aksesoris dan mainan anak) minimal 1 kali
2. Responden dalam penelitian ini minimal 17 tahun dengan asumsi bahwa usia tersebut dapat memberikan jawaban yang objektif bagi penelitian ini.

3. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.

a. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dalam (Mila Siti Karmila et al., 2023), keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membuat keputusan untuk membeli. Menurut Kotler dan Keller dalam (Isnaeni Azizah1, 2024) keputusan pembelian dapat diukur menggunakan indikator-indikator sebagai berikut:

- 1) Kemantapan pada suatu produk
- 2) Kebiasaan dalam pembelian barang atau jasa
- 3) Merekomendasikan kepada orang lain
- 4) Melakukan pembelian ulang

b. Lokasi

Menurut Kasmir dalam (Indah Saraswati et al., 2023), lokasi merupakan tempat untuk memberikan pelayanan kepada konsumen dan tempat yang digunakan untuk menata atau mengatur produk yang dijual. Menurut Hayat dalam (Indah Saraswati et al., 2023) indikator-indikator dalam menentukan tempat atau lokasi sebagai berikut:

- 1) Akses
- 2) Lalu-lintas (*traffic*)
- 3) Visibilitas

- 4) Tempat parkir yang memiliki lahan luas dan aman
- 5) Lingkungan

c. Keragaman Produk

Menurut Fandy Tjiptono dalam Makena (2023) keragaman produk adalah keputusan tentang penempatan produk yang berhubungan dengan ketersediaan produk atau keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Menurut Kotler dalam Makena (2023), mengungkapkan bahwa indikator dari keragaman produk meliputi:

- 1) Variasi merek produk
- 2) Variasi kelengkapan produk
- 3) Variasi ukuran produk
- 4) Variasi kualitas produk

d. Kualitas Pelayanan

Menurut Ariato dalam Isnaeni Azizah1 (2024), kualitas pelayanan meruakan fokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan, serta ketepatan waktu untuk memenuhi harapan konsumen. Menurut Zeithham, Parasuraman dan Berry dalam Ramdan Sumarla (2023), indikator kualitas pelayanan antara lain:

- 1) Pelayanan yang baik
- 2) Ketanggapan dalam melayani konsumen
- 3) Keramahan karyawan
- 4) Cepat dalam melayani pesanan

5) Merespon keluhan pelanggan

e. Suasana Toko

Menurut Sunyoto dalam (Isnaeni Azizah1, 2024), suasana toko adalah konsep serta ide-ide kreatif pengelolaan yang mengintegrasikan desain interior, pilihan barang, konsep toko dan strategi penjualan barang yang menghadirkan suasana belanja yang nyaman dan menyenangkan. Menurut Berman dan Evan dalam (Isnaeni Azizah1, 2024) menyatakan indikator-indikator suasana toko sebagai berikut:

- 1) *Store exterior*
- 2) *General interior*
- 3) *Store layout*
- 4) *Interior*

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Terkait masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.

4. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan lokasi, kualitas pelayanan, keragaman produk dan suasana toko terhadap keputusan pembelian pada konsumen Family Enam Kebumen.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Terdapat dua manfaat yang menjadikan penelitian ini dilakukan, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis:

#### **1. Manfaat Teoritis**

##### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis tentang keputusan pembelian, lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko.

##### **b. Bagi Orang Lain**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan, referensi dan pengetahuan terhadap keputusan pembelian, lokasi, keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko bagi para peneliti dimasa yang akan datang.

##### **c. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk pihak perusahaan, sebagai bahan untuk mempertimbangkan dalam menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Family Enam Kebumen

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian serta lokasi, kualitas pelayanan, keragaman produk, dan suasana toko. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan bagi para pemasar dalam menyusun strategi pemasaran yang tepat.

