

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang semakin modern telah mendorong pertumbuhan bisnis di berbagai sektor di Indonesia, termasuk di Kuningan. Sebagai salah satu kota besar dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, Kuningan tidak hanya menjadi pusat industri kreatif dan pariwisata, tetapi juga mengalami peningkatan signifikan dalam sektor logistik. Meningkatnya aktivitas perdagangan, baik online maupun *offline*, telah menciptakan kebutuhan akan layanan logistik yang efisien dan andal.

Layanan logistik yang handal dapat diperoleh dari perusahaan *fulfillment* yaitu perusahaan yang mengelola seluruh proses pemenuhan pesanan, mulai dari penanganan inventaris, pengambilan pesanan, pengemasan, dan pengiriman guna penyederhanaan proses logistik. Salah satu perusahaan *fulfillment* ini yaitu PT. EZ Digital Logistik Santara. perusahaan ini menyediakan layanan logistik terpercaya dengan menangani semua proses mulai dari inventaris, pengambilan pesanan, pengemasan hingga pengiriman. Mereka memiliki lebih dari 150 klien aktif di seluruh Indonesia dan menawarkan layanan gudang bersama, manajemen stok, dan pengemasan barang. Sebagai perantara antara pengusaha dan ekspedisi, mereka memastikan pengiriman tepat waktu dan dalam kondisi baik. Selain itu, mereka memberikan konsultasi strategis kepada klien untuk meningkatkan efisiensi

operasional, serta menyediakan platform dashboard untuk memantau aktivitas logistik secara real-time.

Koordinasi dan integrasi berupa strategi baru dibutuhkan dalam seluruh kegiatan pemasaran di PT. EZ Digital Logistik Santara untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Saat konsumen hendak membeli barang atau jasa, mereka biasanya melakukan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membuat keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan strategi pemasaran suatu perusahaan. Keputusan pembelian mencerminkan sejauh mana upaya perusahaan berhasil meyakinkan konsumen untuk memilih produk atau layanan yang ditawarkan. Namun, pada kenyataannya, keputusan pembelian konsumen dapat mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh berbagai faktor internal maupun eksternal, seperti kualitas pelayanan, lokasi, harga, dan preferensi konsumen.

Dalam setahun terakhir, PT. EZ Digital Logistik Santara menghadapi tantangan berupa penurunan keputusan pembelian dari konsumen, yang berdampak langsung pada performa bisnis perusahaan. Penurunan ini menunjukkan adanya potensi masalah pada kualitas pelayanan yang ditawarkan atau lokasi perusahaan yang kurang mendukung kebutuhan konsumen. Bagi perusahaan *fulfillment*, yang berperan penting dalam mendukung kelancaran proses logistik, faktor-faktor ini menjadi krusial untuk ditangani agar tidak mengganggu keberlangsungan bisnis di masa depan.

Namun, untuk dapat mempertahankan daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, PT. EZ Digital Logistik Santara perlu memastikan bahwa kualitas pelayanan mereka tetap memenuhi ekspektasi konsumen. Selain itu, lokasi operasional perusahaan harus strategis dan mudah diakses oleh konsumen, sehingga dapat mendukung efisiensi logistik secara keseluruhan.

Penelitian ini akan berfokus pada analisis keputusan pembelian konsumen yang menurun di PT. EZ Digital Logistik Santara. Dengan mengevaluasi pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian, diharapkan perusahaan dapat menemukan solusi strategis untuk meningkatkan daya tarik layanan mereka serta memperkuat posisinya di pasar logistik yang kompetitif. Berikut adalah data penjualan pada PT. EZ Digital Logistik Santara periode bulan Mei 2023 – Mei 2024.

Tabel 1.1
Data Penjualan PT. EZ Digital Logistik Santara 2023 - 2024

Tahun	Bulan	Transaksi	Naik/Turun (%)
2023	Mei	97	-
2023	Juni	300	47%
2023	Juli	266	-12,3%
2023	Agustus	307	15,4%
2023	September	204	-33,5%
2023	Oktober	320	36%
2023	November	100	-69%
2023	Desember	105	5%
2024	Januari	97	-7,6%
2024	Februari	99	1%
2024	Maret	109	1%
2024	April	110	1%
2024	Mei	114	1%
Jumlah		2.119	-16%
Rata - Rata		176,6	-1,3%

Sumber: PT. EZ Digital Logistik Santara

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terjadi kenaikan dan penurunan penjualan di PT. EZ Digital Logistik Santara setiap bulannya. Kenaikan terbesar terjadi pada bulan Juni 2024 dengan persentase sebesar 47%. Hal tersebut disebabkan pada Juni 2024 dilaksanakan promosi yang menarik banyak pelanggan. Sedangkan penurunan penjualan terbesar terjadi pada November 2023 sebesar -69% dikarenakan persaingan ketat dengan perusahaan logistik lain yang menawarkan diskon akhir tahun yang lebih besar. Selama Mei 2023 – Mei 2024 PT. EZ Digital mengalami fluktuasi transaksi sehingga menyebabkan kerugian sebesar -16%.

Konsumen menyadari adanya kebutuhan yang perlu dipenuhi, yang bisa dipicu oleh rangsangan internal maupun eksternal. Tahap pencarian informasi mengikuti, di mana konsumen mencari informasi yang relevan, baik secara aktif atau terbatas. Dalam evaluasi alternatif, konsumen menilai produk berdasarkan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pada akhirnya, keputusan pembelian diambil berdasarkan berbagai pertimbangan mengenai merek, jumlah, saluran distribusi, waktu, dan metode pembayaran. Terakhir, perilaku pasca pembelian mencerminkan sejauh mana konsumen merasa puas atau tidak puas dengan pilihan mereka.

Salah satu penelitian yang relevan dengan topik ini adalah penelitian oleh Restiani Widjaja & Wildan (2023) dalam *Jurnal Sains Manajemen* yang mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam konteks sepeda motor. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik, seperti responsivitas, keandalan, dan empati, dapat

meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil pra – survey yang dilaksanakan peneliti kepada 30 orang responden terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara. Adapun hasil pra survey mengenai keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel 1.2

Tabel 1. 2
Hasil Kuesioner Pra-Survei Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1.	Apakah PT. EZ Digital Logistik Santara memenuhi kebutuhan Anda terkait kebutuhan logistik	21	70%	9	30%	100%	
2.	Anda merasa banyak variasi saat mencari informasi tentang PT.EZ Digital Logistik Santara	11	37%	19	63%	100%	
3.	Anda sering membeli di PT.EZ Digital Logistik Santara	10	33%	20	77%	100%	
Rata – rata			47%		53%		

Sumber : Hasil Pra-Survei konsumen PT.EZ Digital Logistik Santara

Tabel 1.2 mengenai keputusan pembelian menunjukkan hasil rata – rata sebesar 47% responden menjawab “ya” dan 53% menjawab “tidak”. Artinya keputusan pembelian pada PT. EZ Digital Logistik Santara masih rendah. Sebanyak 9 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Anda merasa banyak variasi saat mencari informasi tentang PT.EZ Digital Logistik Santara”. Namun sebanyak 10 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Anda sering membeli di PT.EZ Digital

Logistik Santara". Jadi masih ada kekurangan dalam ketersediaan dan pemahaman terhadap mendengarkan keluhan pelanggan, kurangnya kesesuaian layanan terhadap kebutuhan pelanggan yang dinilai masih belum maksimal membantu pelanggan memenuhi kebutuhannya.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya. Namun, dalam beberapa kasus, perusahaan mengalami penurunan keputusan pembelian, yang dapat disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang kurang memadai. Kualitas pelayanan yang buruk dapat memengaruhi persepsi konsumen, menurunkan tingkat kepuasan mereka, dan akhirnya berdampak pada keputusan pembelian yang lebih rendah. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan guna mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

Menurut Salim Al Idrus (2021:2), proses keputusan pembelian terdiri dari beberapa tahapan, mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan pembelian. Dalam hal ini, kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi evaluasi alternatif dan keputusan akhir konsumen. Dimensi kualitas pelayanan yang dijelaskan oleh Lupiyoadi (2021:15) meliputi *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggungan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati). Masing-masing dimensi ini memainkan peran dalam memengaruhi bagaimana konsumen menilai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian mereka.

Penelitian oleh Restiani Widjaja & Wildan (2023) yang berjudul "*Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor*" mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berperan signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi cenderung lebih berhasil dalam menarik minat dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu dan teori yang ada, peneliti melakukan pra-survey untuk menguji relevansi faktor kualitas pelayanan terhadap penurunan keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara. Pra-survey ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana kualitas pelayanan perusahaan dapat memengaruhi keputusan pembelian dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan untuk meningkatkan keputusan pembelian di masa depan.

Tabel 1. 3
Hasil Kuesioner Pra-Survei Kualitas Pelayanan

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1.	Kondisi fisik barang yang Anda terima dalam keadaan baik	21	70%	9	30%	100%	
2.	Anda merasa layanan di PT.EZ Digital Logistik Santara sudah tepat waktu	8	27%	22	73%	100%	
3.	Barang Anda terjamin keselamatannya saat menggunakan jasa PT.EZ Digital Logistik Santara	12	40%	18	60%	100%	
Rata – rata			46%		54%		

Sumber : Hasil Pra-Survei konsumen PT.EZ Digital Logistik Santara

Tabel 1.3 Mengenai kualitas pelayanan menunjukkan hasil rata – rata sebesar 46% responden menjawab “ya” dan 54% menjawab “tidak”. Artinya kualitas pelayanan pada PT.EZ Digital Logistik Santara belum bisa meyakinkan penggunanya, meskipun dapat dilihat dari hasil pra-survey yang menunjukkan sebanyak 21 orang dari 9 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “Ya” terhadap pernyataan “Kondisi fisik barang yang anda terima dalam keadaan baik”, namun sebanyak 22 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “PT EZ Digital Logistik Santara sudah tepat waktu” dan sebanyak 18 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Barang Anda terjamin keselamatannya saat menggunakan jasa PT. EZ Digital Logistik Santara”. Hal ini menunjukan adanya pengaruh dari Kualitas Pelayanan pada PT. EZ Digital Logistik Santara.

Lokasi yang strategis memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Aksesibilitas yang mudah, visibilitas yang jelas, serta lingkungan yang mendukung adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kenyamanan konsumen dalam melakukan pembelian. Lokasi usaha yang dapat dijangkau dengan mudah oleh transportasi dan terlihat jelas dari jarak normal akan meningkatkan daya tarik konsumen untuk memilih tempat tersebut. Selain itu, tempat parkir yang memadai dan aman juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk datang dan berbelanja. Faktor ekspansi, yang mengindikasikan adanya ruang untuk pengembangan usaha di masa depan, juga dapat memberikan kesan positif bagi

konsumen. Semua faktor ini, yang juga mencakup lingkungan sekitar yang mendukung produk yang ditawarkan, berkontribusi pada persepsi konsumen terhadap kualitas dan kenyamanan dalam bertransaksi.

Silaban & Hikmah (2020) menjelaskan bahwa lokasi yang strategis dapat memengaruhi keputusan pembelian melalui dimensi seperti akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, dan lingkungan. Penelitian sebelumnya oleh Kurniawan (2022) dalam jurnal "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian*" juga menunjukkan bahwa lokasi yang tepat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil pra-survey, peneliti menemukan bahwa lokasi perusahaan berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara. Maka, peneliti memutuskan untuk melakukan pra-survey guna menguji relevansi dan pengaruh lokasi pada PT. EZ Digital Logistik Santara.

Tabel 1. 4
Hasil Kuesioner Pra-Survei Lokasi

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		F	%	F	%		
1.	Lokasi PT.EZ Digital Logistik Santara mudah dijangkau	10	33%	20	67%	100%	
2.	PT.EZ Digital Logistik Santara mempunyai gudang yang luas	12	40%	18	60%	100%	
3.	Lingkungan di sekitar PT.EZ Digital Logistik Santara terjaga	17	57%	13	43%	100%	
	Rata – rata		43%		57%		

Sumber : Hasil Pra-Survei konsumen PT.EZ Digital Logistik Santara

Tabel 1.4 mengenai kualitas pelayanan menunjukkan hasil rata – rata sebesar 43% responden menjawab “Ya” dan 57% menjawab “Tidak”. Artinya kualitas pelayanan pada PT. EZ Digital Logistik Santara masih kurang, hal ini dapat dilihat dari hasil pra-survei yang menunjukkan sebanyak 20 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Anda mudah mengakses PT.EZ Digital Logistik Santara”. Sebanyak 20 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “PT.EZ Digital Logistik Santara mudah di jangkau”. Sebanyak 18 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “PT. EZ Digital Logistik Santara mempunyai tempat parkir yang luas”. Namun ada 17 orang dari 30 orang konsumen yang mengisi kuesioner menyatakan “tidak” terhadap pernyataan “Lingkungan di sekitar PT.EZ Digital Logistik Santara terjaga”. Oleh karena itu, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian lebih lanjut guna menguji pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara, baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan latar belakang dan hasil pra-survei sebelumnya di atas dengan itu peneliti dirasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian PT. EZ Digital Logistik Santara”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut yang telah dikemukakan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Kurang banyak yang disediakan oleh PT.EZ Digital Logistik Santara
2. Rendahnya keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara sehingga konsumen mempertimbangkan kembali untuk melakukan pembelian secara berskala.
3. Layanan PT. EZ Digital Logistik Santara kurang tepat waktu
4. Barang yang dikelola oleh jasa dari PT. EZ Digital Logistik Santara tidak terjamin keselamatannya
5. Lokasi PT. EZ Digital Logistik Santara yang sulit dijangkau
6. Gudang milik PT. EZ Digital Logistik Santara kurang luas

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan beberapa identifikasi permasalahan di atas, maka dalam hal ini permasalahan yang dikaji perlu dibatasi. Pembatasan masalah ini bertujuan untuk memfokuskan perhatian pada penelitian dengan memperoleh kesimpulan yang benar dan mendalam pada aspek yang diteliti. Batasan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Variabel *independent* dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan dan Lokasi
2. Variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian

3. Lokus dalam penelitian ini adalah PT. EZ Digital Logistik Santara.
4. Data pada penelitian ini diambil pada Mei 2023 sampai dengan Mei tahun 2024.

1.4 Perumusan Masalah

Maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kondisi kualitas pelayanan, lokasi, dan keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
3. Seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
4. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maksud penelitian ini adalah untuk:

1. Memberikan pemahaman mendalam tentang kualitas pelayanan di PT. EZ Digital Logistik Santara.
2. Mengidentifikasi dan menggambarkan kondisi lokasi PT. EZ Digital Logistik Santara.
3. Menyelidiki hubungan antara kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

4. Menyediakan data yang dapat digunakan PT. EZ Digital Logistik Santara dalam merumuskan strategi pemasaran yang efektif.
5. Mendukung pengambilan keputusan berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menggambarkan, dan menganalisis :

1. Kondisi kualitas pelayanan, lokasi dan keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.
4. Pengaruh kualitas layanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara.

1.6 Kegunaan penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan menjadi pedoman penelitian dan rujukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PT. EZ Digital Logistik Santara. Ini akan memberikan informasi tambahan kepada peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan pengetahuan bagi PT. EZ Digital Logistik Santara mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan pembelian sehingga dapat melakukan strategi manajemen yang sesuai dengan harapan konsumen.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. EZ Digital Logistik Santara yang berada di Kuningan, tepatnya Balong, Kec. Sindangagung, Kab. Kuningan, Jawa Barat.

1.7.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian yang dilakukan yang terhitung dari bulan Maret 2024 – Februari 2025.

Tabel 1.1
Waktu penelitian

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Maret 2024	April – Juli 2024	Agustus – Oktober 2024	November 2024	Desember 2024 – Januari 2025	Februari 2025
1	Pengajuan Judul						
2	Penyusunan BAB 1						

No	Kegiatan	Waktu Penelitian					
		Maret 2024	April – Juli 2024	Agustus – Oktober 2024	November 2024	Desember 2024 – Januari 2025	Februari 2025
3	Penyusunan BAB 2, BAB 3						
4	Sidang UP						
5	Pengolahan Data						
6	Penyusunan BAB 4, BAB 5, Lampiran, Abstrak						
7	Sidang Akhir						

