

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam dunia bisnis, pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Lokasi strategis dapat meningkatkan daya tarik bagi konsumen dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Sebaliknya, lokasi yang kurang tepat dapat mengakibatkan rendahnya kunjungan konsumen dan menurunnya pendapatan. Oleh karena itu, penelitian tentang pemilihan lokasi usaha sangat penting untuk membantu perusahaan dalam membuat keputusan yang tepat.

Penelitian ini bermula dari fenomena yang terjadi di Pangkalan Gas Elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono, di mana lokasi usaha menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dalam beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya lokasi strategis untuk mendukung keberhasilan usaha mereka. Faktor-faktor seperti aksesibilitas, visibilitas, dan kedekatan dengan konsumen menjadi pertimbangan utama dalam memilih lokasi usaha.

Selain itu, ketersediaan produk juga menjadi faktor krusial dalam keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih tempat yang dapat menyediakan produk secara konsisten dan mudah diakses. Dalam konteks Pangkalan Gas Elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh lokasi dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini juga didorong oleh meningkatnya persaingan bisnis yang mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan pelayanan mereka. Dalam upaya memahami lebih dalam tentang preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, penelitian ini akan mengkaji berbagai variabel yang berkaitan dengan lokasi usaha dan ketersediaan produk.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi perusahaan dalam merumuskan strategi lokasi dan pengelolaan produk yang lebih efektif, serta memberikan wawasan yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dalam bidang ini.

Keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh serangkaian pemikiran yang dimulai dari persepsi konsumen terhadap merek dan lingkungan sekitarnya. Minat beli muncul sebelum konsumen akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian (Kotler, 2013). Konsumen memiliki kebebasan relatif dalam memilih produk dan penyedia layanan yang mereka beli, yang mendorong setiap perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar mereka di atas pesaing. Perubahan dalam selera konsumen dan persaingan yang semakin ketat mendorong perusahaan untuk terus menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Faktor-faktor seperti lokasi dan ketersediaan produk memainkan peran kunci dalam keputusan pembelian konsumen. Lokasi menjadi faktor bersaing yang signifikan dalam upaya menarik dan memuaskan konsumen.

Perusahaan menggunakan berbagai metode untuk menentukan lokasi meliputi perhitungan transportasi, penelitian perilaku belanja konsumen, serta

analisis lokasi dan lainnya. Pemilihan lokasi yang cermat sangat penting, terutama untuk pangkalan gas Elpiji 3 Kg, karena kemudahan akses sangat diperlukan. Selain faktor lokasi, ketersediaan produk juga mempengaruhi minat beli konsumen. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan beragam produk dengan variasi, cakupan, dan kualitas yang baik.

Lokasi merupakan faktor kunci dalam kesuksesan sebuah bisnis atau usaha, karena dapat mempengaruhi jumlah pelanggan yang datang. Menurut Kotler dan Armstrong, lokasi adalah bagian dari strategi untuk menjadikan produk tersedia dan terjangkau bagi pasar target. Lokasi yang baik mampu menarik banyak konsumen dan mengubah pola pembelian mereka.

Pemilihan lokasi yang tepat sangat penting bagi sebuah usaha, karena mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Selain lokasi, kelengkapan produk yang ditawarkan juga menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam memilih tempat berbelanja.

Pangkalan Gas Alexander Andi Pramono menggunakan strategi pemasaran yang mencakup harga yang bersaing, lokasi yang strategis, pelayanan yang cepat, serta menyediakan fasilitas yang nyaman dan lengkap untuk menarik konsumen.

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa ketersediaan produk adalah faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konsumen biasanya memilih produk yang tersedia secara luas dan mudah diakses di berbagai lokasi. Saluran distribusi memainkan peran penting dalam menjamin ketersediaan produk di berbagai lokasi serta menyediakan fungsi-fungsi seperti informasi, promosi, pemesanan, negosiasi, pembiayaan, dan pembayaran.

Penyediaan produk dengan berbagai pilihan (product assortment) tidak hanya meningkatkan minat konsumen tetapi juga berpotensi mempengaruhi keputusan mereka dalam melakukan pembelian (Elly, 2018).

**Tabel 1.1**  
**Ketersediaan Produk terhadap pangkalan gas elpiji 3 kg**  
**Pada bulan Maret 2023- Febuari 2024**

| <b>No</b> | <b>Tahun</b> | <b>Bulan</b> | <b>Ketersediaan produk (Tabung)</b> |
|-----------|--------------|--------------|-------------------------------------|
| 1         | 2023         | Maret        | 350                                 |
| 2         | 2023         | April        | 250                                 |
| 3         | 2023         | Mei          | 400                                 |
| 4         | 2023         | Juni         | 350                                 |
| 5         | 2023         | Juli         | 400                                 |
| 6         | 2023         | Agustus      | 350                                 |
| 7         | 2023         | September    | 300                                 |
| 8         | 2023         | Oktober      | 400                                 |
| 9         | 2023         | November     | 450                                 |
| 10        | 2023         | Desember     | 350                                 |
| 11        | 2024         | Januari      | 350                                 |
| 12        | 2024         | Febuari      | 400                                 |

*Sumber : Pangkalan Gas elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono, 2023*

Tabel 1.1 tersebut menampilkan data mengenai ketersediaan produk Elpiji dalam tabung untuk kurun waktu dari Maret 2023 hingga Februari 2024.

Data ketersediaan produk dalam tabel mencakup dua tahun, yaitu tahun 2023 dan 2024, dengan rincian setiap bulan dari Maret 2023 hingga Februari 2024. Ketersediaan produk elpiji dinyatakan dalam jumlah tabung yang tersedia setiap bulannya. Jumlah tabung bervariasi dari bulan ke bulan, mencerminkan fluktuasi dalam pasokan atau permintaan produk elpiji. April 2023 : 250 tabung (jumlah terendah dalam periode ini) November 2023: 450 tabung (jumlah tertinggi dalam periode ini)

Secara keseluruhan, tabel ini memberikan gambaran tentang bagaimana ketersediaan produk elpiji bervariasi dari bulan ke bulan dalam periode Maret 2023 hingga Februari 2024. Fluktuasi ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk perubahan dalam permintaan konsumen, masalah distribusi, atau kebijakan pemasokan dari penyedia elpiji .

Pada pangkalan Gas Elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang penjualan barang. Pada pangkalan Gas elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono memberikan informasi bahwa belakangan ini usaha dagang tersebut mengalami penurunan pendapatan atau penjualan. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor lokasi dan ketersediaan produk kurang memadai. Pada pangkalan Gas elpiji 3 Kg Alexander Andi Pramono juga bertetapan di lokasi yang daerah jauh dari kota di desa Kecamatan Jati Agung yang merupakan pangkalan gas termasuk digolongkan sedikit hanya terdapat 8 pangkalan Gas elpiji termasuk tempat yang dijadikan penulis melakukan penelitian tersebut. Hal itu mengakibatkan ketersediaan produk kurang karena permintaan lebih banyak daripada ketersediaan produk di lokasi tersebut.

Berdasarkan fenomena yang disebutkan sebelumnya, penulis ingin mendalami lebih lanjut faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian gas LPG 3 Kg di Marga Kaya yang diangkat judul, **“Pengaruh lokasi dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian Gas Elpiji 3 Kg pada Pangkalan Alexander Andi Pramono Jati Agnng Lampung Selatan”**. Alasan memilih judul ini adalah karena keputusan pembelian konsumen di Marga Kaya dapat dipengaruhi oleh lokasi dan ketersediaan produk gas. Penelitian akan mengkaji apakah konsumen memilih tempat pembelian gas berdasarkan faktor-faktor tersebut.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini dirancang untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci yang berkaitan dengan pengelolaan persediaan dan strategi pemasaran di pangkalan Gas Elpiji . Pertanyaan-pertanyaan tersebut mencakup aspek-aspek berikut :

1. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat pada pembelian gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono?
2. Apakah ketersediaan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian masyarakat pada pembelian gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono?
3. Apakah lokasi dan ketersediaan produk memengaruhi keputusan pembelian gas elpiji 3 kg di Pangkalan Alexander Andi Pramono?

## **C. Batasan Masalah**

Permasalahan pada penelitian ini agar lebih terarah dan spesifik agar mudah dipahami maka penelitian membatasi masalah pada lokasi dan ketersediaan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono.

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada pembelian gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono.
2. Untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap minat beli konsumen pada pembelian gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan ketersediaan produk terhadap minat beli konsumen pada pembelian gas elpiji 3 kg dipangkalan Alexander Andi Pramono.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Bagi Pangkalan Gas**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang berguna bagi Pangkalan Gas elpiji Alexander Andi Pramono dalam meningkatkan minat beli Gas elpiji 3 Kg.

##### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, terutama terkait dengan manajemen persediaan, pemasaran, dan kepuasan pelanggan dalam industri elpiji.