

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini tingkat persaingan bisnis berlangsung dengan sangat ketat seiring dengan perkembangan jaman. Tingkat persaingan yang semakin ketat, selera konsumen, kemajuan teknologi, serta perubahan sosial ekonomi menimbulkan tantangan bagi perusahaan di era global ini. Perubahan-perubahan tersebut memaksa perusahaan untuk melaksanakan pengembangan dalam strategi pemasarannya. Persaingan juga terjadi pada bisnis mall atau pusat perbelanjaan. Menjamurnya pusat perbelanjaan bertaraf modern saat ini, seperti mall di berbagai kota di Tanah Air, yang di dalamnya terdapat toko serba ada (toserba), restoran, arena permainan, supermarket, bahkan hypermarket, membuat para pengelola mal harus bersaing untuk mendapatkan konsumen atau pengunjung.

Saat ini kondisi pasar benar-benar *crowded* (penuh sesak) dan persaingan bisa disebut sangatlah kompetitif. Hal ini digambarkan dengan keberadaan banyaknya pesaing yang bergerak di bidang produk atau jasa serupa. Persaingan bisnis yang sangat kompetitif membuat kegiatan Komunikasi Pemasaran sangat dibutuhkan agar tujuan dari pemasaran dapat tercapai, terlebih untuk mengkomunikasikan keberadaan produk atau jasa baru. Diperlukan Strategi Komunikasi Pemasaran yang tepat untuk memperkenalkan dan menarik perhatian khalayak terhadap produk atau jasa tersebut. Sebab, tak bisa dipungkiri bila semakin banyak khalayak yang kenal dan mengingat produk atau jasa tersebut,

maka semakin besar pula intensitas pembelian yang akan mereka lakukan. Sektor ritel adalah sektor yang pasarnya seakan tak pernah habis. Pesatnya pertumbuhan bisnis ritel yang dipicu pertambahan jumlah populasi dan juga kenaikan daya beli, mendorong meningkatnya kebutuhan pusat belanja. Tak terkecuali di Tangerang Raya yang mencakup Kota dan Kabupaten Tangerang, serta Kota Tangerang Selatan. Menurut catatan Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Banten, hingga kuartal I 2014, terdapat 18 pusat belanja yang beroperasi di Tangerang. Jumlah ini lebih dari separuh dari total 30 mal yang dimiliki provinsi Banten.

Menurut catatan Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI) Banten, hingga kuartal I 2014, terdapat 18 pusat belanja yang beroperasi di Tangerang. Jumlah ini lebih dari separuh dari total 30 mall yang dimiliki provinsi Banten. Tak bisa dipungkiri, bagi sebagian konsumen, pergi ke mall, kini telah menjadi bagian gaya hidup (*life style*) yang tak bisa ditinggalkan. Mall telah menjadi pilihan, karena menghadirkan berjuta kenikmatan. Hal ini pun menjadi peluang potensial bagi perusahaan maupun perorangan untuk membuka usaha di mal atau plaza dengan cara menjadi penyewa unit toko atau dengan mengadakan pameran. Dalam hal ini, ada tren baru yang tengah berkembang di subsektor ruang ritel atau pusat belanja. Pengisi atau penyewanya bukan hanya toko-toko yang menjajakan barang fashion seperti baju dan sepatu,

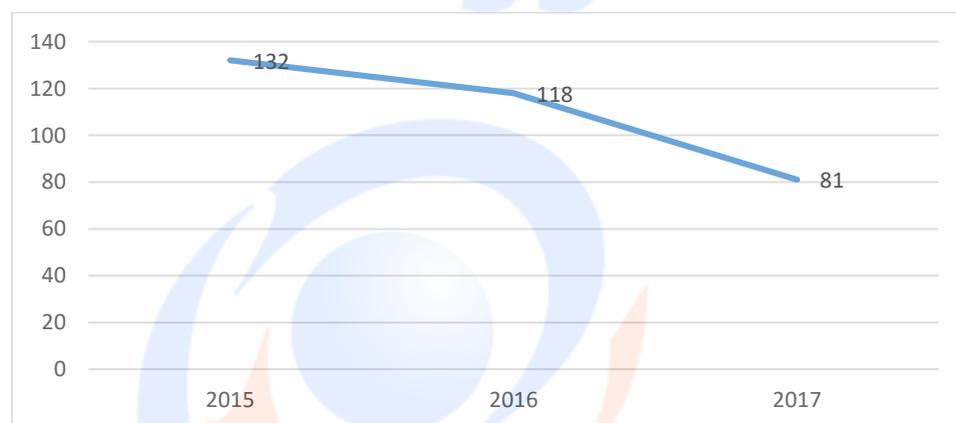
Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, ditandai dengan semakin bertambahnya pelaku usaha. Pelaku bisnis terlebih dulu melakukan perhitungan apa saja yang dibutuhkan untuk mendirikan suatu usaha baik dari kualitas layanan,

harga dan lokasi usaha. Penentuan lokasi pemasaran sangat penting sebagai tolak ukur keberhasilan suatu usaha. Selain itu, lokasi pemasaran yang strategis dapat meningkatkan permintaan penyewa tenant.

Selanjutnya, saat ini terjadi peningkatan kebutuhan *tenant-tenant* di Mall. Akan tetapi, permintaan tersebut tidak diimbangi dengan ketersediaan lahan yang ada. Hal tersebut dapat membuat harga lokasi khususnya *tenant fasition* semakin meningkat. Adanya peningkatan harga *tenant* terutama yang berada di lokasi strategis membuat beberapa penyewa *tenant* yang ditawarkan dikarenakan ketidakmampuan untuk memiliki ruko. Oleh karena itu, saat ini banyak *tenant* yang berlokasi strategis yang disewakan seperti di Mall CBD Ciledug Tangerang.

Ragam keunggulan lokasi, dan harga penawaran yang bersaing sebagai bentuk pelayanan yang ditawarkan pengelola gedung dalam menarik minat calon penyewa. Seperti halnya pengelolaan gedung pada Mall CBD Ciledug pada kawasan bisnis tersebut pengelola menawarkan beberapa bentuk penyewaan dalam suatu gedung seperti sewa *tenant*.

Tabel 1.1 Penyewa *Tenant* Berdasarkan Status Peruntukan Di Mall CBD Ciledug



Sumber : Data Survei Mall CBD Ciledug, Data Diolah 2017

Berdasarkan Tabel 1.1 tercatat pada akhir tahun 2015 penyewa tenant di Mall ABC mencapai 132, dan pada akhir tahun 2016 angka ini menurun menjadi 118. Kondisi pusat perbelanjaan atau Mall yang sepi disebabkan oleh menurunnya daya beli yang lebih memilih untuk berbelanja media online dibanding berbelanja ke Mall secara langsung.

Terkait peningkatan kebutuhan atas lahan *tenant*, tidak sedikit ruang pada gedung Mall disewakan untuk keperluan bisnis. Tingginya kebutuhan akan ruang ritel di kota ini, mendorong para pengembang dan investor bermodal besar untuk menguasai sebagian wilayah strategis dan premium kota Tangerang, serta menjadikan wilayah tersebut sebagai sentra-sentra komersial. Pusat perbelanjaan atau mall adalah wujud sentra komersial yang kini marak mengisi ruang kota.

Secara umum, Mall menyuguhkan produk dan suasana yang hampir seragam di mana saja. Lalu, bagaimana para pengelola mall ini memasarkan mallnya di tengah penawaran yang hampir seragam itu. Salah satu kuncinya adalah diferensiasi yang disesuaikan dengan segmen pasarnya. Diferensiasi menjadi salah satu kunci menguatkan daya tarik. Sementara itu, kompetisi tidak lagi diartikan sebagai "saling membunuh", tetapi dapat saling melengkapi.

Semua mall memiliki hal yang nyaris sama, tetapi pengunjung bisa merasakan pengalaman tersendiri pada sebuah Mall karena adanya diferensiasi yang berbeda di setiap Mall. Untuk membangun diferensiasi, perlunya memerhatikan dua macam pelanggan Mall, yakni *tenant* dan pengunjung.

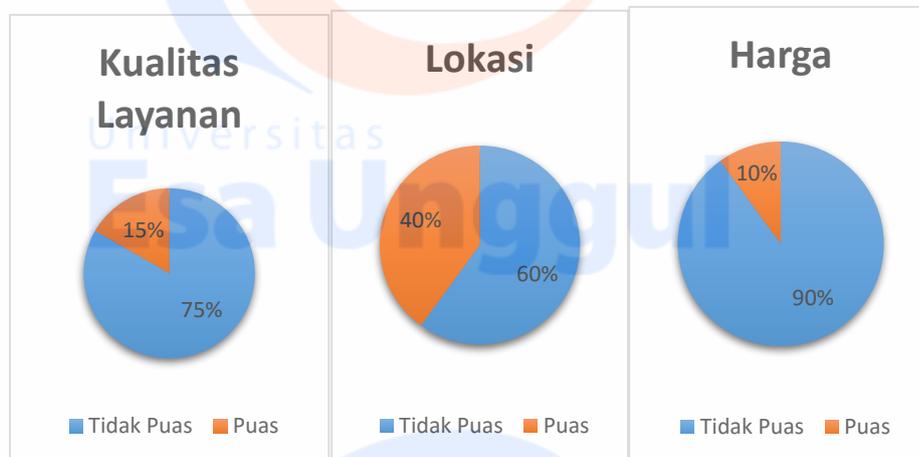
Diferensiasi dapat dibangun dalam pengelolaan relasi terhadap dua jenis pelanggan tersebut.

Lokasi properti pusat perbelanjaan ini juga berdekatan dengan perumahan-perumahan penduduk yang berada di sekitar wilayah tersebut, sehingga akan memudahkan para pelanggan untuk menjangkau pusat perbelanjaan yang tentunya akan menjadi daya Tarik tersendiri bagi *property* ini karena disertai adanya permintaan yang cukup besar. Lokasi *property* ini juga dapat dengan mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, baik sepeda motor maupun mobil karena jalan di depan properti pusat perbelanjaan ini mempunyai lebar yang cukup besar yaitu  $\pm 24$  m dengan 2 lajur jalan.

Dilihat dari jangkauan layanannya, mall ini merupakan mall dengan pengunjung katagori *Middle*, properti pusat perbelanjaan ini termasuk *regional shopping center* yang dapat melayani pengunjung diperkirakan sampai 8.000 orang /hari on *weekdays* (asumsi dari data parkir mall) dengan 2 atau lebih penyewa utama, memiliki lebih dari 80 toko dan memiliki area parkir yang cukup luas dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku dengan layanan beradius lingkungan. Sedangkan jika dilihat dari lokasinya maka *property* ini termasuk komersial yaitu pusat perdagangan yang terletak pada suatu Mall ABC.

Berdasarkan hasil *pra survey* dilakukan sebanyak 20 responden yang pernah menyewa *tenant* di Mall CBD Ciledug. *Pra survey* ini berguna untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi di Mall CBD Ciledug terkait variabel kualitas layanan, lokasi, harga dan keputusan pembelian.

Gambar 1.1  
Hasil Pra Survey



Sumber : Data Diolah, 2017

Berdasarkan gambar 1.1. Dapat dilihat bahwa dari hasil prasurvey mengenai kualitas layanan, dengan pertanyaan terbuka yaitu “apakah layanan yang diberikan para pemilik gedung baik ?” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 15 responden (75%) menjawab tidak puas dengan layanan yang telah diberikan oleh pemilik gedung, karena kurang cepat dalam memberikan tanggapan dalam soal pengawasan saat masuk dan keluarnya barang, sedangkan sisanya sebanyak 5 responden (15%) menjawab puas dalam memberikan pelayanan saat terjadi masalah seperti listrik yang tiba-tiba mati dan dalam pengawasan saat barang masuk dan keluar. Untuk pertanyaan yang diajukan mengenai lokasi dengan pertanyaan yaitu “apakah lokasi yang ditempatkan sangat strategis ?” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 12 responden (60%) menjawab tidak puas dengan lokasi yang ditempatkan, karena lokasi yang ditempatkan kurang banyak orang berlalu-lalang disekitang *tenant* para penyewa sehingga kurangnya pemasukan bagi para penyewa, sedangkan sisanya sebanyak 6 responden (40%) menjawab puas karena lokasi yang ditempatkan sangat tepat banyak orang yang berlalu-lalang dan banyak menarik pelanggan. Untuk pertanyaan yang diajukan mengenai harga dengan pertanyaan yaitu “apakah harga yang diberikan sudah sesuai dengan konsumen ?” hasil pra survey menunjukkan bahwa sebanyak 18 responden (90%) menjawab tidak puas karena harga yang diberikan sangat tinggi dibanding dengan harga sewa di mall lain, sedangkan sisanya sebanyak 2 responden (10%) menjawab puas dengan

harga yang sudah ditetapkan karena harga yang disewakan sesuai dengan keuntungan setiap harinya.

## **1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan masalah yang diidentifikasi penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing dalam bisnis *online shop* dimana para konsumen lebih memilih belanja *online* di banding belanja secara langsung mengakibatkan berkurangnya jumlah penyewa *tenant* di Mall.
2. Kualitas layanan yang kurang baik, sehingga masih banyak konsumen yang tidak puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak manajemen.
3. Lokasi yang tidak strategis dalam bisnis, sehingga konsumen merasa lokasi yang ditempatkan tidak sesuai dengan harapan.
4. Harga sewa *tenant* yang tinggi pada Mall CBD Ciledug, sehingga mengakibatkan menurunnya jumlah penyewa *tenant*.

### **1.2.2 Pembatasan Masalah**

1. Penelitian ini hanya dilakukan di Mall CBD Ciledug Tangerang.
2. Penelitian ini hanya dilakukan kepada penyewa *tenant*.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada : Kualitas Layanan (X1), Lokasi (X2), Harga (X3) sebagai variabel bebas dan Keputusan Pembelian dalam menyewa *tenant* (Y) sebagai variabel terikat.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas rumusan masalah penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
2. Apakah terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
3. Apakah terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
4. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas layanan, lokasi, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
5. Apakah terdapat pengaruh lokasi secara dominan terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari diadakan penelitian ini atau berdasarkan pada rumusan masalah yang ada pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga secara silmutan terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.
5. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara dominan terhadap keputusan pembelian pada Mall CBD Ciledug Tangerang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat atau kegunaan pada banyak pihak, yaitu:

1. Bagi Penulis

Mendapat pengetahuan langsung mengenai judul yang penulis teliti yakni Pengaruh Kualitas Layanan, Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dalam menyewa *tenant* pada Mall CBD Ciledug.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan dibidang bisnis pemasaran khususnya menyangkut pada loyalitas konsumen yang berhubungan pada Keputusan Pembelian dalam menyewa *tenant* pada Mall CBD Ciledug.