

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya di industri ritel, toko-toko perabot rumah tangga berusaha menarik minat konsumen melalui berbagai strategi pemasaran. Berbagai perusahaan khususnya yang bergerak di bidang ritel diketahui semakin menjamur di setiap kota di seluruh Indonesia. Hal tersebut membuat tiap-tiap perusahaan melakukan berbagai cara ataupun strategi untuk meningkatkan penjualan untuk menarik minat konsumen. Perusahaan dituntut untuk mampu mengkomunikasikan produknya kepada calon konsumen, dikarenakan jika konsumen tidak mengetahui keberadaan dari suatu produk maka konsumen tidak akan menghargai atau berminat terhadap produk tersebut. Dengan melakukan komunikasi dan pemasaran yang baik, diharapkan mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, (Aerlangga, 2023).

Toko Perabot Bintang Terang, yang berlokasi di Rantauprapat, menghadapi tantangan serupa dalam mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Beberapa faktor yang seringkali memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah servicescape, variasi produk, potongan harga, dan lokasi toko.

Keputusan pembelian merupakan proses penting dalam menentukan keberhasilan suatu bisnis ritel, termasuk toko perabot. Faktor-faktor seperti

servicescape, variasi produk, potongan harga, dan lokasi memainkan peran signifikan dalam menarik minat konsumen dan mendorong keputusan pembelian, (Tyas, 2023). Keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan oleh konsumen untuk memilih dan memutuskan produk atau layanan yang akan dibeli. Proses ini melibatkan serangkaian langkah yang dimulai dari pengenalan kebutuhan atau keinginan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga akhirnya memilih produk yang dianggap paling memenuhi kebutuhan atau preferensi konsumen, (Suparni dan Istiyanto, 2022).

Tabel 1.1
Hasil Kuesioner Prasurvei Variabel Keputusan Pembelian

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Keputusan Pembelian (Y)					
1.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Toko Perabot Bintang Terang.	8	40%	12	60%
2.	Saya sering membeli produk di Toko Perabot Bintang Terang karena variasi produknya lengkap.	13	65%	7	35%
3.	Diskon yang diberikan oleh Toko Perabot Bintang Terang memengaruhi keputusan saya untuk membeli.	5	25%	15	75%
4.	Lokasi Toko Perabot Bintang Terang memudahkan saya untuk berbelanja.	10	50%	10	50%
5.	Suasana di dalam Toko Perabot Bintang Terang nyaman dan membuat saya ingin berlama-lama.	11	55%	9	45%

Sumber: Konsumen Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Fenomena permasalahan keputusan pembelian terkait konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan "Saya sering membeli produk di Toko Perabot Bintang Terang karena variasi produknya lengkap" sebesar 65% menunjukkan bahwa konsumen mungkin merasa variasi produk di toko tersebut tidak cukup memadai atau kurang beragam. Hal ini bisa disebabkan oleh ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dengan kebutuhan atau preferensi konsumen. Mungkin pula terdapat keterbatasan dalam hal kategori produk, tren terbaru, atau kualitas yang diinginkan konsumen. Akibatnya, konsumen merasa tidak tertarik untuk membeli produk di toko tersebut secara sering, meskipun harga atau promosi mungkin kompetitif.

Sementara itu, ketidaksetujuan terhadap pernyataan "Suasana di dalam Toko Perabot Bintang Terang nyaman dan membuat saya ingin berlama-lama" sebesar 55% menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja di toko tersebut kurang memuaskan dalam hal atmosfer atau suasana toko. Konsumen bisa merasa tidak nyaman karena faktor seperti tata letak toko yang tidak efisien, pencahayaan yang kurang baik, atau kebersihan yang kurang terjaga. Suasana yang tidak mendukung pengalaman berbelanja yang menyenangkan dapat membuat konsumen merasa tidak betah dan cenderung cepat meninggalkan toko tanpa melakukan pembelian. Hal ini tentunya mempengaruhi keputusan pembelian dan frekuensi kunjungan ke toko tersebut.

Servicescape merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Servicescape* yang mencakup elemen fisik dan lingkungan toko, memberikan pengalaman berbelanja yang memengaruhi kepuasan dan

loyalitas pelanggan (Alva, 2024). Hal ini meliputi aspek seperti desain interior, pencahayaan, suhu, musik, warna, bau, dan tata letak tempat usaha. Konsep ini penting karena dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, kepuasan, dan keputusan untuk kembali. *Servicescape* memainkan peran dalam membentuk atmosfer yang mendukung interaksi positif antara pelanggan dan penyedia layanan, (Hanif et al., 2024).

Tabel 1.2
Hasil Kuesioner Prasurvei Variabel *Servicescape*

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
<i>Servicescape</i> (X ₁)					
1.	Tata letak produk di Toko Perabot Bintang Terang memudahkan saya untuk menemukan barang yang saya cari	10	50%	10	50%
2.	Pencahayaan di Toko Perabot Bintang Terang cukup terang dan membuat saya nyaman berbelanja	8	40%	12	60%
3.	Kondisi toko di Toko Perabot Bintang Terang terjaga dengan baik, termasuk kebersihan lantai dan rak display	11	55%	9	45%
4.	Kenyamanan dalam berbelanja di Toko Perabot Bintang Terang meningkat berkat fasilitas yang memadai	10	50%	10	50%

Sumber: Konsumen Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Fenomena permasalahan *servicescape* di Toko Perabot Bintang Terang terlihat pada hasil survei yang menunjukkan bahwa sejumlah konsumen tidak setuju dengan pernyataan "Kondisi toko di Toko Perabot Bintang Terang terjaga dengan baik, termasuk kebersihan lantai dan rak display" sebesar 55%. Hal ini

mengindikasikan adanya kekurangan dalam aspek fisik toko yang memengaruhi kenyamanan pengunjung. Kebersihan lantai yang tidak terjaga dengan baik dapat menciptakan kesan pertama yang negatif dan membuat konsumen merasa kurang nyaman saat berada di dalam toko. Lantai yang kotor atau berdebu tidak hanya mengurangi estetika toko, tetapi juga dapat meningkatkan rasa tidak puas pengunjung terhadap pengalaman belanja mereka. Begitu pula, rak display yang berantakan atau kurang teratur bisa mengganggu kemudahan pengunjung dalam menemukan produk yang mereka cari.

Selain itu, masalah dalam *servicescape* ini dapat berdampak pada citra toko secara keseluruhan. Kondisi fisik yang tidak terjaga dengan baik, seperti lantai yang kotor atau rak display yang tidak rapi, dapat mengurangi kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk yang dijual. Konsumen mungkin menganggap bahwa jika aspek kebersihan dan keteraturan tidak diperhatikan, maka kualitas produk yang ditawarkan juga diragukan. Oleh karena itu, penting bagi Toko Perabot Bintang Terang untuk meningkatkan pengelolaan kebersihan dan penataan toko agar dapat menciptakan lingkungan belanja yang lebih nyaman dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian selain *servicescape* yaitu variasi produk. Variasi produk yang luas memberikan lebih banyak pilihan bagi konsumen, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian (Wijaya et al, 2024). **Variasi produk** merujuk pada perbedaan atau perbedaan dalam jenis produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan atau merek. Variasi ini bisa mencakup perbedaan dalam bentuk, ukuran, warna, fitur, kualitas, atau

bahkan harga dari produk yang sama. Tujuan dari variasi produk adalah untuk memenuhi berbagai preferensi konsumen, meningkatkan daya tarik pasar, serta memberikan pilihan yang lebih luas bagi konsumen, (Syarifuddin et al., 2022).

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Prasurvei Variabel Variasi Produk

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Variasi Produk (X₂)					
1.	Produk yang dijual di Toko Perabot Bintang Terang memiliki variasi yang lengkap	13	65%	7	35%
2.	Toko Perabot Bintang Terang selalu menghadirkan produk baru yang sesuai dengan tren terbaru	12	60%	8	40%
3.	Saya merasa produk yang tersedia di Toko Perabot Bintang Terang memiliki kualitas yang baik dan bervariasi	10	50%	10	50%

Sumber: Konsumen Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Fenomena yang muncul terkait konsumen yang tidak setuju dengan pernyataan "Produk yang dijual di Toko Perabot Bintang Terang memiliki variasi yang lengkap" sebesar 65% dan "Toko Perabot Bintang Terang selalu menghadirkan produk baru yang sesuai dengan tren terbaru" sebesar 60% menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap variasi dan pembaruan produk yang ditawarkan oleh toko tersebut. Konsumen merasa bahwa pilihan produk di toko ini terbatas dan tidak mencakup berbagai jenis yang mereka harapkan. Ketidaklengkapan variasi produk bisa disebabkan oleh kurangnya riset pasar atau pemahaman yang mendalam mengenai preferensi konsumen, sehingga produk yang ada tidak mencerminkan kebutuhan yang beragam. Hal ini berpotensi

menurunkan daya tarik toko bagi konsumen yang mencari variasi atau pilihan produk yang lebih lengkap untuk memenuhi selera mereka.

Selain itu, ketidaksetujuan terhadap pernyataan mengenai kehadiran produk baru yang sesuai dengan tren terbaru mencerminkan adanya masalah dalam memperbarui stok produk sesuai dengan perkembangan pasar. Konsumen mungkin merasa bahwa produk yang dijual di Toko Perabot Bintang Terang terasa ketinggalan zaman dan tidak mengikuti tren terbaru dalam desain atau fungsi produk. Kondisi ini bisa disebabkan oleh ketidaksesuaian antara waktu pembaruan produk dan tren yang berkembang, atau kurangnya upaya untuk mengikuti inovasi yang terjadi di pasar perabot. Hal ini dapat mengurangi loyalitas pelanggan, karena mereka lebih memilih toko yang bisa menawarkan pilihan produk yang lebih up-to-date dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

Tabel 1.4
Data Variasi Produk Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat

Kategori Produk	Jumlah Varian	Persentase Penjualan (%)	Keterangan
Meja	15	25%	Beberapa varian kurang diminati pelanggan.
Kursi	20	30%	Varian kayu lebih diminati dibanding plastik.
Lemari	10	20%	Model minimalis lebih laris dibanding klasik.
Ranjang	8	15%	Ketersediaan varian ukuran terbatas.
Rak dan Hiasan	12	10%	Penjualan rendah karena stok terbatas.

Sumber : Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Pada Tabel 1.4, dari segi diversifikasi produk tertentu, meskipun Toko Bintang Terang memiliki banyak varian produk dalam kategori kursi dan meja, jumlah varian untuk ranjang dan lemari relatif lebih sedikit, membatasi pilihan

konsumen. Kemudian, dari segi ketimpangan popularitas varian, beberapa produk seperti kursi berbahan plastik kurang diminati dibanding kayu, sehingga stok yang ada tidak terserap dengan baik. Selain itu, dari segi Model minimalis lebih digemari, tren pasar menunjukkan permintaan tinggi pada produk dengan desain minimalis, namun toko belum sepenuhnya menyesuaikan penawaran untuk memenuhi kebutuhan ini.

Masalah stok produk rak dan hiasan memiliki kontribusi rendah terhadap total penjualan, salah satunya disebabkan oleh keterbatasan stok. Ketidakseimbangan antara variasi produk dan preferensi konsumen menyebabkan beberapa produk tidak laku, sementara kategori dengan permintaan tinggi mengalami kekurangan stok.

Potongan harga menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam menarik perhatian konsumen karena dapat menciptakan persepsi nilai yang lebih tinggi terhadap produk yang ditawarkan (Seran et al., 2023). Potongan harga adalah pengurangan harga yang diberikan pada suatu barang atau jasa, biasanya sebagai bentuk promosi, diskon, atau insentif untuk menarik minat konsumen. Potongan harga bisa berupa persentase tertentu dari harga asli atau jumlah nominal yang dikurangi dari harga barang/jasa tersebut. Potongan harga sering kali digunakan dalam berbagai situasi, seperti saat adanya penjualan khusus, diskon musiman, atau program loyalitas pelanggan, (Rizal et al., 2024). Berikut ini adalah hasil kuesioner prasurvei pada variabel potongan harga dapat dilihat pada Tabel 1.5 berikut ini.

Tabel 1.5
Hasil Kuesioner Prasurvei Variabel Potongan Harga

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Potongan Harga (X₃)					
1.	Potongan harga di Toko Perabot Bintang Terang sering kali membuat saya tertarik untuk membeli lebih banyak produk	10	50%	10	50%
2.	Saya lebih sering berbelanja di Toko Perabot Bintang Terang karena adanya potongan harga atau diskon yang ditawarkan	11	55%	9	45%
3.	Potongan harga yang diberikan oleh Toko Perabot Bintang Terang memberikan nilai lebih bagi saya sebagai konsumen	7	35%	13	65%
4.	Saya merasa potongan harga di Toko Perabot Bintang Terang cukup signifikan untuk mempengaruhi keputusan pembelian saya	10	50%	10	50%

Sumber: Konsumen Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2024

Fenomena ketidaksetujuan konsumen terhadap pernyataan "Saya lebih sering berbelanja di Toko Perabot Bintang Terang karena adanya potongan harga atau diskon yang ditawarkan" sebesar 55% bisa disebabkan oleh beberapa faktor. Banyak konsumen yang merasa bahwa potongan harga atau diskon bukanlah faktor utama dalam keputusan berbelanja mereka. Sebagian besar dari mereka mungkin lebih mementingkan kualitas produk, pelayanan yang baik, atau kenyamanan berbelanja, daripada sekadar diskon. Terlebih lagi, ada konsumen yang merasa bahwa diskon yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas barang atau sering kali harga barang justru dinaikkan sebelum diberikan diskon,

yang membuat mereka merasa tidak puas dengan kebijakan harga tersebut.

Selain itu, fenomena ini juga dapat terjadi karena konsumen merasa bahwa potongan harga atau diskon yang diberikan tidak cukup signifikan atau tidak relevan dengan produk yang mereka cari. Misalnya, jika diskon hanya berlaku pada produk tertentu yang tidak mereka butuhkan, atau diskon yang ditawarkan hanya sedikit dan tidak cukup menarik, konsumen mungkin merasa bahwa harga reguler yang ditawarkan lebih kompetitif. Diskon yang tidak konsisten atau hanya berlaku dalam jangka waktu terbatas juga dapat menurunkan minat konsumen untuk berbelanja di toko tersebut, karena mereka merasa tidak ada kepastian dan manfaat jangka panjang dari kebijakan harga yang ada.

Di sisi lain, lokasi yang strategis memungkinkan aksesibilitas yang lebih baik, meningkatkan jumlah kunjungan, dan akhirnya memengaruhi keputusan pembelian (Larasati dan Raharjo, 2024). Dalam konteks pemasaran, tempat merujuk pada saluran distribusi atau lokasi di mana produk atau layanan tersedia untuk konsumen. Konsep ini termasuk segala hal yang berkaitan dengan cara produk didistribusikan agar sampai ke tangan konsumen. Hal ini melibatkan pemilihan saluran distribusi yang tepat, lokasi pengecer atau distributor, serta cara produk sampai ke konsumen dengan efisien dan efektif, (Syarifuddin et al., 2022).

Tabel 1.6
Hasil Kuesioner Prasurvei Variabel Tempat

No	Indikator	Tidak	Percentase	Setuju	Percentase
		Setuju			
Tempat (X₄)					
1.	Toko Perabot Bintang Terang mudah dijangkau dari lokasi tempat tinggal saya	8	40%	12	60%

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
	Tempat (X₄)				
2.	Akses menuju Toko Perabot Bintang Terang cukup mudah dan tidak memerlukan waktu lama	9	45%	11	55%
3.	Tersedia tempat parkir yang cukup luas dan nyaman di sekitar Toko Perabot Bintang Terang	13	65%	7	35%
4.	Toko Perabot Bintang Terang berada di lokasi yang sering saya lewati, sehingga memudahkan saya untuk berbelanja	6	30%	14	70%

Sumber: Konsumen Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Fenomena permasalahan lokasi yang terkait dengan konsumen yang tidak setuju pada pernyataan "Tersedia tempat parkir yang cukup luas dan nyaman di sekitar Toko Perabot Bintang Terang" sebanyak 13 orang (65%) sering kali disebabkan oleh keterbatasan ruang parkir yang tersedia di area sekitar toko. Banyak konsumen yang mengeluhkan kesulitan dalam menemukan tempat parkir yang cukup untuk kendaraan pribadi mereka. Terutama di area dengan kepadatan lalu lintas yang tinggi, tempat parkir yang terbatas membuat konsumen merasa tidak nyaman dan frustrasi, sehingga mereka cenderung memilih untuk tidak datang atau berpindah ke toko lain yang menawarkan kemudahan parkir. Ini juga berdampak pada waktu yang harus dihabiskan hanya untuk mencari parkir, yang mengurangi kenyamanan berbelanja di toko tersebut.

Selain itu, masalah lainnya bisa timbul karena kurangnya pengaturan atau sistem parkir yang jelas di sekitar toko, seperti kurangnya tanda arah atau pengawasan yang memadai. Beberapa konsumen melaporkan bahwa meskipun

ada area parkir, namun pengaturan yang kurang rapi atau sempitnya lahan membuat parkir menjadi tidak efisien. Hal ini menyebabkan kebingungan dan ketidaknyamanan, sehingga konsumen merasa bahwa toko tersebut tidak memprioritaskan kenyamanan pengunjung, yang berimbas pada pengalaman berbelanja yang kurang menyenangkan. Jika masalah parkir ini tidak segera diatasi, toko tersebut berisiko kehilangan pelanggan setianya dan sulit menarik konsumen baru.

Tabel 1.7
Aspek Lokasi Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat

Aspek Lokasi	Keterangan	Permasalahan
Aksesibilitas	Lokasi toko berada di jalan utama yang ramai dan mudah dijangkau oleh kendaraan.	Kemacetan saat jam sibuk membuat pelanggan enggan berkunjung.
Parkir	Menyediakan area parkir yang cukup luas untuk motor dan mobil.	Parkir sering penuh saat akhir pekan, menyebabkan pelanggan mencari tempat lain.
Lingkungan Sekitar	Dikelilingi oleh toko-toko lain yang mendukung (misalnya, toko bahan bangunan).	Persaingan dengan toko-toko serupa yang lebih dekat dengan pemukiman pelanggan.
Tanda dan Identitas	Memiliki papan nama besar dengan pencahayaan yang baik di malam hari.	Papan nama kurang menarik dibandingkan kompetitor yang menggunakan teknologi digital atau neon modern.
Akses Publik	Tersedia angkutan umum yang melewati toko, mempermudah pelanggan tanpa kendaraan.	Jadwal angkutan umum terbatas, terutama di malam hari, sehingga akses bagi sebagian pelanggan terhambat.

Sumber: Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, 2025

Pada Tabel 1.7 diatas, meskipun berada di lokasi strategis, kemacetan di sekitar area toko dapat menjadi penghalang bagi pelanggan, terutama pada jam-

jam sibuk. Selain itu lingkungan sekitar yang kompetitif menciptakan tantangan untuk menarik pelanggan dengan diferensiasi yang kuat. Kemudian kapasitas parkir yang penuh di waktu tertentu menyebabkan ketidaknyamanan bagi pelanggan, yang dapat memilih toko lain dengan parkir lebih luas. Dari permasalahan-permasalahan tersebut, maka dapat berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat”.

1.2 Identifikasi Masalah

Menurut Arikunto (2017), Identifikasi masalah adalah mengenali masalah dengan cara mendaftar faktor-faktor yang berupa permasalahan, mengidentifikasi masalah-masalah penelitian bukan sekedar mendaftar jumlah masalah, tetapi juga kegiatan ini lebih dari pada itu, karena masalah yang dipilih hendaknya memilih nilai yang sangat penting atau signifikan untuk dipecahkan.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat masih bersifat fluktuatif. Hal ini dikarenakan konsumen mungkin merasa variasi produk di toko tersebut tidak cukup memadai atau kurang beragam.
2. Kebersihan lantai yang tidak terjaga dengan baik dapat menciptakan kesan

pertama yang negatif dan membuat konsumen merasa kurang nyaman saat berada di dalam toko. Lantai yang kotor atau berdebu tidak hanya mengurangi estetika toko, tetapi juga dapat meningkatkan rasa tidak puas pengunjung terhadap pengalaman belanja konsumen.

3. Saat ini konsumen merasa bahwa pilihan produk di toko ini terbatas dan tidak mencakup berbagai jenis yang diharapkan
4. Masih terdapat konsumen yang merasa bahwa diskon yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas barang atau sering kali harga barang justru dinaikkan sebelum diberikan diskon, yang membuat konsumen merasa tidak puas dengan kebijakan harga tersebut.
5. Saat ini masih banyak konsumen yang mengeluhkan kesulitan dalam menemukan tempat parkir yang cukup untuk kendaraan pribadi konsumen.

1.3 Batasan Masalah

Menurut Husein (2019), Batasan masalah berkaitan dengan pemilihan masalah dari berbagai masalah yang telah diidentifikasi. Dengan demikian, masalah akan dibatasi lebih khusus dan lebih sederhana.

Agar lebih terfokus pada penelitian, maka ruang lingkup permasalahan dibatasi pada judul Pengaruh *Servicescape*, Variasi Produk, Potongan Harga, Dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

1.4 Rumusan Masalah

Menurut Sujarweni (2019), Rumusan masalah merupakan pertanyaan penelitian, sebagai panduan bagi peneliti untuk menentukan teori yang akan

dipakai, perumusan hipotesis, pengembangan instrument, dan teknik statistik untuk analisis data.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka masalah yang dibuat ke dalam pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Apakah *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat?
2. Apakah variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat?
3. Apakah potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat?
4. Apakah tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat?
5. Apakah *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat?

1.5 Tujuan Penelitian

Menurut Umma dan Roger (2017), Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, membuktikan, dan mengembangkan suatu persoalan atau pengetahuan dengan menggunakan prosedur- prosedur ilmiah. Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.
2. Untuk menganalisis variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

3. Untuk menganalisis potongan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.
4. Untuk menganalisis tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.
5. Untuk menganalisis *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat.

1.6 Manfaat Penelitian

Menurut Umma Dan Roger (2017), Manfaat penelitian yaitu untuk menyelidiki keadaan, alasan, maupun konsekuensi terhadap keadaan tertentu. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan kontribusi kepada Toko Perabot Bintang Terang Rantauprapat, dalam mengelola masalah keputusan pembelian yang masih belum baik disebabkan oleh *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat.
2. Bagi penulis, Penelitian ini merupakan kesempatan yang baik bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan serta memperluas wawasan berpikir secara ilmiah dalam bidang manajemen pemasaran.

3. Manfaat Bagi Universitas Labuhan Batu Rantauprapat, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan *servicescape*, variasi produk, potongan harga, dan tempat serta keputusan pembelian.