

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia semakin hari semakin berkembang menuntut manusia untuk maju mengikuti perkembangan yang ada suatu perusahaan dalam melakukan kegiatan usahanya baik yang bergerak dalam bidang produk barang ataupun jasa, selalu berorientasi pada profit, yakni mendapatkan keuntungan yang optimal. Oleh karena itu para produsen harus pintar dalam melihat peluang usaha yang bisa dijadikan bisnis. Keuntungan yang optimal ini sering dijadikan tolak ukur dalam mengukur kinerja suatu perusahaan. Kondisi persaingan yang ketat dalam dunia bisnis menuntut setiap perusahaan untuk mampu bersaing dan bertahan melawan pesaing.

Pada era globalisasi saat ini menuntut masyarakat untuk memenuhi setiap sekecil apapun. Tidak kecuali perubahan gaya hidup seseorang saat ini. Adapun perubahan yang terjadi di tandai dengan pola pikir masyarakat dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangi dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan kata lain pihak produsen harus mampu merebut hati pelanggan atau hasil suatu produksi yang di jual dan berupaya untuk memuaskan pelanggan. Pelaku usaha di tuntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan

persaingan. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Pada era globalisasi saat ini menuntut masyarakat untuk memenuhi setiap sekecil apapun. Tidak kecuali perubahan gaya hidup seseorang saat ini. Adapun perubahan yang terjadi di tandai dengan pola pikir masyarakat dan gaya hidup yang tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Dengan adanya kemajuan dan perubahan tersebut secara tidak langsung menuntut kita untuk dapat mengimbangi dalam kehidupan sehari-hari. Dengan kata lain pihak produsen harus mampu merebut hati pelanggan atau hasil suatu produksi yang di jual dan berupaya untuk memuaskan pelanggan. Pelaku usaha di tuntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya.

Situasi konsumen merupakan peristiwa yang relatif jangka pendek dan terdiri dari faktor lingkungan sementara yang membentuk konteks dalam suatu kegiatan konsumen, yang terjadi pada tempat dan waktu tertentu. Salah satu jenis situasi konsumen adalah lingkungan fisik. Lingkungan fisik (*physical environment*) merupakan aspek fisik dan tempat yang konkrit dari lingkungan yang meliputi suatu kegiatan konsumen. *Stimuli* seperti warna, suara, penerangan, cuaca, dan susunan ruang orang atau benda dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Lingkungan fisik mempengaruhi persepsi konsumen melalui mekanisme sensor penglihatan, pendengaran, penciuman, dan bahkan sentuhan.

Menurut Kotler (2016) keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian adalah proses interaksi antara sikap afektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya.

Sebuah proses pembelian tidak berakhir dengan transaksi pembelian saja, dalam perilaku purna jual konsumen merasakan adanya kepuasan atau tidak adanya kepuasan pembelian, ini mempengaruhi pembelian selanjutnya, mengetahui perilaku konsumen memang bukan hal yang mudah, tetapi dapat menguntungkan pihak pengusaha. Tahap tahap proses pengambilan keputusan pembelian ini adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, lalu perilaku pasca pembelian. Keputusan merupakan proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Proses keputusan pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut: pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk

dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian.

Terdapat banyak pesaing Toko Sabrina Desa Semerah yang ada di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh ini di mana toko tersebut tentunya memiliki kelebihan mereka masing-masing mulai dari desain tempat yang unik dan kreatif, banyaknya jenis jenis ragam produk, dan memiliki fasilitas yang lengkap dan tentunya yang mampu menarik konsumen untuk berkunjung ke toko mereka. Ada sekitar 50 lebih toko di Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh dari yang sudah lama berdiri maupun yang baru saja dibuka. Namun dari 50 toko tersebut Toko Sabrina Desa Semerah yang paling maju ramai dikunjungi, karena toko Sabrina menjual berbagai macam ramam produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Toko Sabrina Desa Semerah menjual berbagai perlengkapan kebutuhan rumah tangga.

Berikut ini dapat dilihat data data penjualan Toko Sabrina Desa Semerah Tahun 2021, terlihat ditabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Sabrina Desa Semerah Tahun 2021

Bulan	Penjualan/Porsi	Pertumbuhan (%)
Januari	12.500.000,-	-
Februari	16.500.000,-	34.1
Maret	15.600.000,-	-1.0
April	12.500.000,-	-8.3
Mei	9.500.00,-	-12.7
Juni	10.500.000,-	11.7
Juli	16.500.000,-	13.1
Agustus	17.000.000,-	9.8

September	12.200.000,-	-31.4
Oktober	13.500.000,-	34.2
November	10.500.000,-	-12.6
Desember	15.200.000,-	24.4
Jumlah	66.000.000,-	

Sumber : Data Penjualan Toko Sabrina Desa Semerah Tahun (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat aktifitas penjualan di Toko Sabrina Desa Semerah Kota Sungai Penuh sangat berfluktuasi dan tidak merata dari bulan kebulan dalam tahun 2022, hal ini terlihat sebagai mana pada tabel di atas, pada bulan Januari pempdapatan Toko Sabrina Desa Semerah sebanyak 12.500.000,- dan pada bulan Februari sebanyak 16.500.000,- atau dengan pertumbuhan sebesar 34,1 persen, pada bulan Maret sebanyak 15.600.000,- atau dengan penurunan penjualan sebesar 1,0 persen, pada bulan April sebanyak 12.500.000,- atau dengan penuruan penjualan sebesar 8,3 persen, pada bulan Mei sebanyak 9.500.00,- atau dengan penurunan sebesar 12,7 persen, pada bulan Juni sebanyak 10.500.000,- atau dengan peningktan penjualan sebesar 11,7 persen, pada bulan Juli sebanyak 16.500.000,- atau dengan pertumbuhan sebesar 13,1 persen, pada bulan Agustus sebanyak 17.000.000,- atau dengan peningkatan penjualan sebesar 9,8 persen, pada bulan September sebanyak 12.200.000,- atau dengan penurunan volume penjualan sebesar 31,4 persen, pada bulan Oktober sebanyak 13.500.000,- atau dengan Peningktan penjualan sebesar 34,2 persen, pada bulan November sebanyak 10.500.000,- atau dengan penurunan Volumen sebesar 12,6 persen, pada bulan Desember sebanyak 17.200.000,- atau dengan penigktan Volume sebesar 24,4 persen namun secara rata-rata pertumbuhan penjualan sebesar 5,7 persen dalam tahun 2021.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:125) faktor yang memperengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kwaitas pelayanan, harga dan kepuasamn pelanggan. Menurut Setiadi (Etta dan Sopiiah, 2013) mendefinikan bahwa inti dari pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Hasil proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku.

Berdasarkan dari fenomena pada keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci adalah timbulnya persaingan yang semakin ketat, baik dalam hal keunggulan produk serta mutu pelayanan maupun yang diberikan dan harga dari produk, seperti banyak nya pesaing dari Toko Sabrina sehingga hal tersebut dapat menurunkan keputusan pembelian oleh konsumen, dan konsumen akan pergi ketempat pesaing yang lain.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:12) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa memiliki peran yang sangat penting, karena dalam penjualan jasa hal yang utama menjadi pusat perhatian konsumen adalah pelayanan, dimana pelayanan yang baik akan memperoleh pelanggan yang banyak pula. Kuallitas pelayanan menjadi ujung tombak suksesnya suatu perusahaan jasa.

Fenomena tentang kualitas pelayanan di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci dari pengamatan penulis maka dapat fenomena mengenai kualitas pelayanan adalah Kualitas pelayanan belum bisa memberikan pelayanan

yang maksimal, dengan masih adanya konsumen yang mengeluh terhadap pelayanan yang diberikan oleh Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci seperti kurang cekatannya karyawan dalam menangani keluhan konsumen.

Fakta lain yang ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:158) harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami seluruhnya oleh konsumen dan memberikan makna yang dalam bagi mereka. Pada saat konsumen melakukan evaluasi dan penelitian terhadap harga dari suatu produk sangat dipengaruhi oleh perilaku dari konsumen itu sendiri. Dengan demikian penilaian terhadap harga suatu produk dikatakan mahal, murah atau biasa saja dari setiap individu tidaklah harus sama karena tergantung dari persepsi individu yang dilatarbelakangi oleh lingkungan kehidupan dan kondisi individu.

Fenomena tentang Harga di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci bahwa harga yang ditawarkan Toko Sabrina ini berbeda-beda tergantung jenis produknya, namun terbilang cukup murah dan sesuai dengan kantong masyarakat, Penetapan harga Toko Sabrina dinilai menjadi krusial karena jika penetapan harga produk terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas produk maka konsumen akan cenderung untuk tidak menggunakannya atau mencari produk sejenis lainnya. Tetapi konsumen Toko Sabrina tidak akan menjadikan harga sebagai sebuah masalah jika suatu produk memang benar memiliki kelebihan dibanding produk sejenis lainnya.

Fakta lain yang ikut berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah kepuasan konsumen atau kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:99) menyatakan bahwa Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja yang dirasakan/alami terhadap harapannya. Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor utama untuk memenangkan persaingan, terutama dalam era globalisasi. Kepuasan (*satisfaction*) merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Fenomena tentang kepuasan konsumen di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci bahwa semua konsumen Toko Sabrina selalu menginginkan harapan yang sesuai dengan produk yang akan dibelinya, makanya banyak konsumen membeli toko sabrina membeli. Daya tarik minat konsumen Toko Sabrina biasanya terjadi ketika seorang konsumen sudah merasa puas dengan layanan dan produk dari suatu toko. Ada diantara konsumen yang kesediaan merekomendasikan barang atau produk mereka, baik produk baru mereka maupun yang lama.

Hal ini senada dengan penelitian dilakukan Heri Diyan Kurniawan Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Jasa JNE). Hasil temuan menunjukkan besarnya koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$) = 0,74 yang menunjukkan variabel bebas

secara bersama mempengaruhi variabel tidak bebas. Penelitian yang dilakukan oleh Ananda Rezky Maulidita Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2017/2018). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebesar 84%.

Berdasarkan uraian diatas dari penelitian terdahulu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci baik secara parsial dan simultan?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci baik secara parsial dan simultan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dapat disusun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci baik secara parsial dan simultan.
2. Untuk mengetahui besarnya pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah Kabupaten Kerinci baik secara parsial dan simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1.4.1 Manfaat Akademis

1.4.1 Manfaat Akademis

- 1) Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu tugas akhir perkuliahan dalam meraih Gelar Sarjana pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi program studi Manajemen Pemasaran

- 2) Bagi Akademik

Dengan penelitian ini penulis berharap akan menambah wawasan dan pengetahuan pembacanya khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Sebagai informasi atau masukan bagi Toko Sabrina Desa Semerah dan perusahaan sejenisnya dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian di Toko Sabrina Desa Semerah.

2) Bagi Masyarakat

Sebagai bahan perbandingan bagi masyarakat dalam hal pemasaran atau sebagai acuan bagi penulis lain yang permasalahannya ada hubungannya dengan tulisan ini.

