

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki jumlah penduduk keempat terbesar di dunia, yang menjadikan hal tersebut sebagai suatu target pasar yang sangat potensial dalam melakukan bisnis (Nasution dan Lesmana, 2018: 83). Banyaknya permintaan barang dan jasa dari konsumen membuat para pelaku bisnis, baik di dalam dan di luar negeri berlomba – lomba untuk dapat memenuhi permintaan konsumen tersebut. Kebutuhan konsumen yang dapat dipenuhi oleh tiap – tiap pelaku bisnis dapat memberikan keuntungan, diantaranya adalah laba (*profit*).

Bisnis merupakan suatu organisasi yang memiliki tujuan untuk mencari laba dalam jangka waktu panjang, mengembangkan organisasi, memenuhi kebutuhan masyarakat dan memberi bantuan sebagai tanggung jawab sosial bisnis. Kemajuan zaman yang semakin pesat ini membuat para pebisnis dituntut untuk dapat melakukan inovasi, karena persaingan di industri bisnis yang semakin pesat, dan berlomba - lomba untuk menarik perhatian para konsumennya, hal tersebut juga membuat para industri di dunia bisnis dituntut untuk terus memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya agar dapat memenuhi kebutuhan di pasaran yang semakin meningkat (Dewi et al., 2020:83).

Berbagai macam cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam menarik perhatian konsumen dan menjual produknya, namun tidak semua cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis berjalan dengan lancar sehingga mengakibatkan

kerugian bagi pelaku bisnis. Dalam hal ini perlunya kecermatan pelaku bisnis dalam memahami keinginan konsumen dalam membeli suatu produk yang diinginkan, pelaku bisnis perlu mencermati perilaku konsumen dan memahami faktor-faktor apa saja yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian, hal tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap pemasaran sebuah produk yang hendak dilakukan (Aban & Tanusi, 2020: 78).

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen merupakan suatu proses yang bersumber dari pengalaman mereka dalam pembelajaran memilih, menggunakan dan atau bahkan menyingkirkan sebuah produk yang tidak termasuk dalam *urgensi* kebutuhannya (Kotler & Armstrong et al., 2014: 276). Menurut Fure F dan Lopian J, (2015: 368) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli, dimana konsumen membeli barang atau jasa, pengambilan keputusan adalah aktivitas pribadi yang terlibat langsung dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang disediakan.

Dalam hal ini, keputusan pembelian menjadi salah satu hal penting, karena gagalnya seorang pebisnis dalam menangkap informasi dari konsumen nantinya akan berhubungan dengan sukses atau tidaknya pebisnis tersebut menjual produk yang sudah diproduksi (Aban & Tanusi, 2020: 77). Kondisi pasaran yang semakin bervariasi nantinya membuat konsumen semakin selektif dalam melakukan pembelian, karena hal tersebut strategi pemasaran yang tepat juga sangat diperlukan oleh pebisnis (Dewi et al., 2020: 83). Menurut Kotler & Armstrong, (2014: 6) pemasaran dalam bisnis adalah suatu kegiatan terencana

yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau institusi dalam melakukan usaha agar mampu mengakomodir permintaan pasar. Pemasaran dapat diartikan juga sebagai proses sosial dan manajerial yang dilakukan individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain. Peranan pemasaran adalah menjadi ujung tombak sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Dalam dekade terakhir, peningkatan pelaku usaha semakin meningkat terutama pelaku usaha dengan skala mikro dan menengah, salah satu pelaku usaha tersebut adalah CV Sifa Mandiri, CV Sifa Mandiri beralamat di Cikarang Pusat, Bekasi, Jawa Barat, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang rental fotocopy dan printer, namun disisi lain perusahaan ini juga menyediakan peralatan kantor dan sekolah seperti alat tulis kantor (ATK) sehingga dapat memenuhi pangsa pasar yang notabennya banyak sekali perkantoran dan lembaga sekolah di sekitaran CV Sifa Mandiri. Berikut ini merupakan data penjualan produk yang terdapat di CV Sifa Mandiri.

Tabel 1
Data Tingkat Penjualan ATK

Bulan	Penjualan (Omset) 2020	Penjualan (Omset) 2021
JANUARI	200.987.932	190.570.545
FEBRUARI	202.120.750	173.180.195
MARET	193.418.875	197.771.295
APRIL	176.736.325	242.315.119
MEI	89.379.735	171.995.042
JUNI	127.701.200	206.914.935
JULI	174.994.895	191.021.816
AGUSTUS	121.936.720	220.741.368
SEPTEMBER	158.872.290	217.001.270
OKTOBER	168.699.495	251.134.385

Bulan	Penjualan (Omset) 2020	Penjualan (Omset) 2021
NOVEMBER	222.082.905	290.686.787
DESEMBER	187.151.020	303.037.760

Sumber: *CV Sifa Mandiri, data diolah 2022*

Berdasarkan tabel 1 diatas menunjukkan bahwa tingkat penjualan ATK pada CV SIFA MANDIRI mengalami peningkatan pada tahun 2021 di bulan Maret – Desember dan penjualan tertinggi terjadi pada bulan Desember 2021 yaitu dengan omset 303.037.760. Pada tahun 2020 penurunan omset penjualan terjadi pada bulan Maret - Desember karena adanya pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia yang mengakibatkan perekonomian turun dan membuat CV Sifa Mandiri menjadi sepi akan pengunjung.

Keberhasilan dalam kualitas produk penetapan harga dan kualitas pelayanan akan sangat menentukan daya saing produk yang dihasilkan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Dalam mengantisipasi perubahan keputusan konsumen pemilik usaha ATK harus bisa melakukan terobosan – terobosan agar produk yang ditawarkan tetap diminati dan tetap menjadi pelanggan setia.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor kualitas produk. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller, (2012: 230) “kualitas produk merupakan salah satu faktornya Penentu tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan penggunaan produk. Rencana produk akhir harus sepenuhnya sesuai permintaan konsumen. Selain itu, produk akhir harus mencerminkan kualitas yang terbaik.

Tabel 2
Data Penjualan Produk ATK

Produk	Presentase Penjualan
Kertas Hvs A4	19%
Tinta Printer Epson Hitam	18%
Odner File	11%
Amplop Coklat Folio	11%
Map Bening Folio	9%
Pembolong Kertas	8%
Kalkulator	7%
Pulpen Kenko 1 Pack	7%
Flasdisk 64GB	6%
Mouse	5%

Sumber: *CV Sifa Mandiri, data diolah 2022*

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan bahwa penjualan produk atk yang paling banyak dibeli konsumen adalah produk Kertas Hvs A4 dengan presentase 19% sedangkan produk Tinta Printer Epson Hitam memiliki presentase 18%, Odner File memiliki presentase 11%, Amplop Coklat Folio 11%, Map Bening Folio 9%, Pembolong Kertas 8%, Kalkulator 7%, Pulpen Kenko 1 Pack 7%, Flasdisk 64GB 6% dan Penjualan terendah terjadi pada produk Mouse dengan presentase 5%.

Selain itu Menurut Lupiyodi, (2011: 61) “strategi menentukan harga (*Pricing*) yang sangat signifikan dalam pemberian nilai (*Value*) kepada konsumen dan mempengaruhi citra (*Image*) produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Harga juga berhubungan dengan pendapatan dan akan sangat mempengaruhi *supply*. Sedangkan menurut Bandeng Juwana Erlina Semarang, harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk

memperoleh produk dan pelayanannya. Produk yang dimaksud di sini adalah produk ATK.

Tabel 3
Data Harga Produk ATK

Produk	Harga Produk
Kertas Hvs A4	Rp. 37.500
Tinta Printer Epson Hitam	Rp. 85.000
Odner File	Rp. 23.000
Amplop Coklat Folio	Rp. 39.000
Map Bening Folio	Rp. 28.500
Pembolong Kertas	Rp. 45.500
Kalkulator	Rp. 55.000
Pulpen Kenko 1 Pack	Rp. 42.000
Flasdisk 64GB	Rp. 96.000
Mouse	Rp. 55.000

Sumber: *CV Sifa Mandiri, data diolah 2022*

Berdasarkan tabel 3 diatas adalah produk ATK CV Sifa Mandiri yang dijual di toko memiliki harga harga yang cukup bersaing, namun kualitas yang sangat standar, tidak adanya keunggulan dan perbedaan tersendiri dari produk lainnya yang dijual di pasaran membuat CV Sifa Mandiri sulit untuk berkembang. Difersifikasi dan keunikan produk sangatlah penting bagi kegiatan bisnis, karena hal tersebut merupakan salah satu faktor untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan usaha. Jika produk yang dijual oleh CV Sifa Mandiri tidak mengalami perluasan dan tidak adanya inovasi, maka hal itu akan berdampak pada daya beli konsumen yang membeli produk di CV. Sifa Mandiri.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan akan sangat mempengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen. Kualitas pelayanan akan

berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan yang konsumen inginkan.

Menurut Tjiptono (2015: 259), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian untuk memenuhi harapan konsumen. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Menurut Tjiptono (2015: 21) “keputusan pembelian merupakan sebuah proses yang dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing jalan lain tersebut dapat mencerahkan masalahnya, yang terus mengarah kepada keputusan pembelian.

Keberhasilan dalam penetapan kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan akan sangat menentukan daya saing produk yang dihasilkan agar mampu bersaing dengan perusahaan yang lain. Salah satu indikator dari keberhasilan suatu usaha dalam memasarkan produk adalah membuat konsumen memiliki minat beli terhadap produk di CV Sifa Mandiri.

CV Sifa Mandiri memiliki kualitas pemasaran dan pelayanan yang masih kurang memadai, kualitas pemasaran yang kurang memadai tercermin dari kurang dikenalnya produk-produk yang diperjual-belikan oleh CV Sifa Mandiri, pasalnya tidak hanya ATK saja yang diperjual belikan oleh CV Sifa Mandiri, jasa penyewaan mesin fotocopy dan printer juga dilakukan. Namun, para konsumen masih kurang mengetahui akan hal itu. Kualitas pelayanan yang

masih rendah juga terbukti dari beberapa karyawan yang kurang menguasai deskripsi mengenai produk, prosedur pelayanan, dan operasional perusahaan.

Karyawan yang kurang memahami produk yang dibutuhkan konsumen mengakibatkan konsumen kesulitan untuk membedakan merek yang satu dan lainnya, dan membuat konsumen menghabiskan banyak waktu untuk memilih suatu produk. Hal tersebut menjadi hal yang sangat fatal, karena konsumen akan senantiasa mengingat setiap pengalaman dan kualitas informasi yang diperoleh dari pengalamannya dalam membeli produk sebelumnya, kualitas informasi dan pengalaman ini lah yang nantinya akan mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Berdasarkan pada uraian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah keputusan pembelian, sedangkan objek dari penelitian ini adalah CV Sifa Mandiri, sehingga judul penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Produk ATK yang tersedia cenderung biasa dan sama dengan ATK yang tersedia di pasaran, tidak adanya keunikan tersendiri terhadap produk yang dijual.
2. Penetapan harga yang cukup tinggi namun tidak diiringi dengan kualitas produk yang memadai.
3. Ketanggapan dalam memberikan pelayanan yang cepat masih kurang karena masih terbatasnya karyawan sehingga kualitas pelayanannya kurang maksimal.
4. Pelayanan yang kurang memadai berimbas kepada minat konsumen yang cenderung stagnan dan tidak mengalami peningkatan yang signifikan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah digunakan untuk menghindari adanya kekeliruan maupun pelebaran pokok masalah, agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Luas lingkup pembahasan hanya meliputi informasi seputar variabel yang digunakan pada penelitian yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan serta keputusan pembelian.
2. Adapun Informasi yang disajikan yaitu, definisi dan faktor dari masing-masing variabel yang disajikan serta profil dari CV Sifa Mandiri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian ATK di CV Sifa Mandiri?

E. Tujuan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menentukan arah penelitian dan dapat diprediksi tindakan apa yang akan dilakukan, sehingga hambatan yang mungkin timbul dapat dikurangi. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri

3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian ATK di CV Sifa Mandiri

F. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti, Mendalami dan memperkuat pemahaman mengenai kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
2. Bagi Perusahaan, Penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pelaku bisnis dalam mengatasi masalah yang dihadapi dan sebagai bahan evaluasi peningkatan kualitas dan pelayanan yang diberikan, sehingga diharapkan nantinya akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk mereka.
3. Bagi Pembaca, Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi dan menambah pemahaman untuk bahan perbandingan ataupun referensi bagi peneliti selanjutnya.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penyelesaian penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika penelitian sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menjabarkan mengenai latar belakang masalah yang menjadi tema penelitian, penulis juga menjelaskan mengenai

identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSAKA

Pada bab ini menjelaskan landasan teori yang digunakan untuk memecahkan masalah dalam penelitian, seperti pengertian harga kualitas produk, pelayanan dan keputusan pembelian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan tentang lokasi penelitian, aspek-aspek yang diteliti, metode penelitian, populasi, dan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan memfokuskan pada penyajian pembahasan hasil penelitian

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan menyajikan kesimpulan dari peneliti, yang merupakan jawab singkat terhadap permasalahan serta saran-saran.