BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini usaha memasuki era globalisasi,semua pihak sudah dapat bebas memasuki setiap pasar yang akan dikehendaki.fenomena persaingan bisnis produk yang semakin lama semakin ketat di lihat dari banyaknya orang berlomba-lomba mengolah ide-ide untuk mendapatkan penghasilan maka dari itu,setiap bidang usaha harus mengetahui dan mengikuti perubahan dan perkembangan zaman dari setiap kegiatan usaha. Menurut (Jufriyanto, 2020) Setiap bidang usaha pastinya mencari laba semaksimal mungkin keberhasilan suatu usaha dalam mencapai tujuan sangat di pengaruhi oleh kemapuan dalam memasarkan produknya,maka dari itu bidang usaha menjual produk dengan tingkat kualita yang diharapkan oleh konsumen,pelaku usah harus bisa menetapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi pasar yang di hadapi supaya akan mampu mengatasi tantangan dari pesaing, Menurut [2] Banyak strategi yang dapat dilakukan oleh pengusaha atau pemilik modal dalam mengahdapi persaingan yang kuat,salah satunya bagaimana mereka memahami perilaku konsumen yang akan membeli atau telah membeli produk mereka,Pengusaha atau pemilik usaha juga harus mengetahui karakteristik para konsumen secara umum untuk memberikan *output* produk yang baik dan layak kepada konsumen,sehingga konsumen merasa puas dan tidak kecewa membeli *output* produk yang mereka dapatkan [11]

Pembangunan di daerah Sumatera Barat banyak melakukan pelaku usaha di bidang usaha bangunan mengembangkan pemasarannya agar membuat konsumen puas yang bertujuan melakukan pembelian,salah satunya usaha bangunan yang di Kabupaten Padang Pariaman yaitu CV.Karya Bhakti yang beralamat di Pasar Usang Nagari Sungai Buluh Kecamatan Batang Anai Kabupaten Padang Pariaman melebarkan sayapnya mengerjakan proyek-proyek yang ada di Kecamatan Batang Anai.

Kabupaten ini terdiri dari 17 wilayah (gabungan nagari-nagari). Kabupaten Padang-Pariaman dibentuk dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1956 tanggal 19 Maret 1956 tentang Pembentukan Daerah otonom Kabupaten. Dalam Lingkungan Daerah Propinsi Sumatera Barat, dimana Propinsi Sumatera Barat dibentuk menjadi 14 Kabupaten, yang salah satunya adalah Kabupaten Padang-Pariaman dengan batas-batas sebagai yang dimaksud dalam pasal 1 dari Surat Ketetapan Gubernur Militer Sumatera Tengah tanggal 9 Nopember 1949 No. 10/G.M/S.T.G./49, Tanggal 15 Agustus 1950 No. 65/G.P./50 Bupati Padang Pariaman semasa Agresi Milter Belanda Tahun 1948 adalah Mr. BA.Murad.

Hingga saat ini Kabupaten Padang-Pariaman memiliki 17 Kecamatan, 46 nagari dan 364 korong.Kecamatan yang paling banyak memiliki nagari adalah Kecamatan Nan Sabaris dan Kecamatan Enam Lingkung yang mempunyai 5 nagari, sedangkan kecamatan yang paling sedikit memiliki nagari adalah Kecamatan Lubuk Alung dan Kecamatan IV Koto Aur Malintang yang hanya mempunyai 1 nagari. Kecamatan VII Koto Sungai Sarik masih merupakan kecamatan yang memiliki korong terbanyak, yakni 41 korong, dan yang paling

sedikit adalah kecamatan IV Koto Aur Malintang, yakni 5 korong. Semenjak dikeluarkannya Surat Keputusan (SK) DPRD No 05/KEP.D/DPRD.2008 dan SK Bupati Padang Pariaman Nomor 02/KEP/BPP/2008 tertanggal 2 Juli 2008, Ibukota Kabupaten Padang Pariaman dipindahkan dari Kota Pariaman ke Paritmalintang, yakni Nagari Paritmalintang Kecamatan Enam Lingkung.

Kabupaten Padang Pariaman berbatasan langsung dengan Kota Padang sebagai Ibukota Propinsi Sumatera Barat, dengan luas 1.328,79 Km2. Daerah ini berada di pesisir barat Pulau Sumatera dengan panjang garis pantai 60,5 km dan membentang hingga wilayah pergunungan Bukit Barisan. Secara geografis Kabupaten Padang Pariaman terletak pada 00 11’ – 00 49’ Lintang Selatan dan 980 36’ – 1000 28’ Bujur Timur dengan ketinggian sekitar 0 – 1000 meter dari permukaan laut. Secara administratif pemerintahan, sampai tahun 2010 Kabupaten Padang Pariaman terdiri dari 17 kecamatan, 60 Nagari.

Mewujudkan nilai konsumen dalam membuat keputusan pembelian di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang dalam menciptakan keputusan pembelian tetap bisa bersaing di pangsa pasar.Keputusan pembelian adalah suatu proses penentuan dalam melakukan keputusan pembelian atau pemelihan produk untuk memenuhi keputusan keinginan konsumen.Menurut (Prabowo et al., 2021)keputusan pembeli merupakan pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian artinya bahwa seorang dapat membuat keputusan,haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Pada saaat pandemic covid-19 keputusan pembelian di CV.Karya Bhakti mengalami penurunan omset sepanjang pandemi di tahun 2020 silam.singga aktivitas pembelian konsumen menurun dan harga barang yang melambung tinggi.akan tetapi CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman tetap mempertahankan Kualitas pelayanan lebih kompetitif melayani konsumen,yang dulu sebelum pandemic kualitas pelayanan di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman masih saat minim pelayanan ke pelanggan yang ingin melakukan pembelian,karena kualitas pelayanan sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang diberikan oleh pelaku usaha,seperti rahmannya karyawan kepada konsumen.Menurut Kotler dalam [17] Kualitas Pelayanan suatu hal yang mesti dilakukan dengan baik dalam hal ini pelaku usaha mendapatkan target yang diinginkan.

Di era persaingan semakin kompetitif CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman menunjukan spesifikasi produk-produk yang mereka jual ke konsumen,seperti kethan suatu produk,ketetapan dan kemudahan dalam usaha.Kualitas Produk menghasilakan sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen menjadi membeli produk yang ada di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

Selain itu harga juga merupakan hal penting dalam melakukan pembelian dengan adanya harga CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman mendapatkan pemasukan bagi keberlangsungan usaha,harga menjadi pertukaran produk untuk mendapatkan pembelian antara konsumen dengan pelaku

usaha,Menurut(N. K. Suryani et al., 2017)Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayananya,Harga memiliki persepsi yang berbeda-beda menurut pandangan setiap orang dalam menentukan keputusan pembelian.

Selain Harga,Kualitas produk faktor penentu Kepuasan konsumen,Kualitas produk Menurut (Novita Maya Santoso, 2017)adalah kemampuan suatu produk untuk menuntujan berbagai fungsi ketahanan,ketetapan dan kemudahan dalam penggunaan usaha dalam perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang efektif.

Tidak hanya Kualitas produk faktor utama dalam Keputusan pembelian,Kepuasan Konsumen juga tetap mempengaruhi terhadap keputusan pembelian sebagai komitmen bagi konsumen untuk membeli lagi atau berlangganan produk bahan bangunan di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariama

Tabel 1. 1Tingkat Penjualan CV.Karya Bhakti

Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman

Tahun 2017-2018

Bulan	2017	2018	2019	2020	2021
	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah	Rupiah
Januari	40.000.000	42.000.000	45.000.000	48.000.000	50.000.000
februari	43.000.000	44.000.000	46.000.000	55.000.000	52.000.000
Maret	44.000.000	45.000.000	46.700.000	57.000.000	58.000.000
April	30.000.000	29.000.000	28.000.000	25.000.000	20.000.000
Mei	25.000.000	22.000.000	21.000.000	20.000.000	18.000.000
Juni	18.000.000	17.700.000	17.000.000	16.000.000	15.600.000
Juli	17.000.000	16.000.000	15.000.000	14.000.000	13.000.000
Agustus	13.800.000	12.000.000	12.800.000	11.000.000	10.000.000
September	40.000.000	45.000.000	50.000.000	55.000.000	60.000.000
Oktober	66.000.000	70.000.000	75.000.000	78.000.000	80.000.000
November	80.000.000	88.000.000	89.00.000	90.000.000	100.000.000
Desember	110.000.000	115.000.000	112.000.000	113.800.000	114.000.000

*Sumber:*CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman

Tabel 1.1 menunjukan perkembangan pada bulan Januari-Maret CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman mengalami peningkatan penjualan,pada bulan April-Agustus mengalami menurunan tingkat penjualan pada bulan sebelumnya,Namun pada bulan September-desember CV.Karya Bhakti mengalami peningkatan kembali dari bulan sebelumnya.

Tabel 1. 2 Data Penjualan Dalam 5 Tahun Terakhir

CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman

Tahun 2017-2018

Nama barang	Satuan harga	Pendapatan				
		2017	2018	2019	2020	2021
Kayu	18.000	18.000.000	22.000.000	24.000.000	15.000.000	25.000.000
Besi beton	58.000	25.000.000	28.000.000	34.000.000	20.000.000	30.000.000
Semen	60.000	45.000.000	50.000.000	65.000.000	30.000.000	75.000.000
Batu bata	3.000	30.000.000	35.000.000	40.000.000	20.000.000	65.000.000
Cat tembok	125.000	87.000.000	90.000.000	120.000.000	60.000.000	125.000.000
Pasir	245.000	80.000.000	90.000.000	98.000.000	55.000.000	110.000.000
Cat kayu	98.000	80.000.000	81.000.000	88.000.000	52.000.000	100.000.000
Baja	150.000	90.000.000	120.000.000	110.000.000	60.000.000	120.000.000
Keramik	65.000	90.000.000	100.000.000	125.000.000	80.000.000	126.000.000
paku	20.000	20.000.000	35.000.000	55.000.000	35.000.000	35.000.000
Glass	150.000	50.000.000	60.000.000	80.000.000	45.000.000	95.000.000
Triplek	88.000	88.000.000	87.000.000	90.000.000	45.000.000	110.000.000
Pipa	75.000	75.000.000	88.000.000	87.000.000	70.000.000	90.000.000

*Sumber:*CV.Karya Bhakti Psar Usang Kabupaten Padang Pariaman

Tabel 1.2 Berdasarkan wawancara menunjukan bahwa terjadinya fluktuasi dari data penjualan.pada tahun 2017-2019 data penjualan cenderung naik sedangkan pada tahun 2020 CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman mengalami penurunan. dan pada tahun 2020 penjualan cederung naik kembali.data CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman diperoleh dari hasil wawancara dengan supervisor ditunjukkan pada Tabel 1.2

Untuk Variabel Kualitas Pelayanan telah banyak dilakukan berbagai macam penelitian dan telah banyak terjadi kesenjangan hasil penelitian dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Enre, 2020) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Novalia, 2020) yang menyatakan bahwa rasio Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Untuk Variabel Harga telah banyak dilakukan berbagai macam penelitian dan telah banyak terjadi kesenjangan hasil penelitian dari variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Nasution, 2018) menyatakan bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yogsatria, 2018) yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Untuk Variabel Kualitas Produk telah banyak dilakukan berbagai macam penelitian dan telah banyak terjadi kesenjangan hasil penelitian dari variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wulansari, 2020) menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rudyanata, 2018) yang menyatakan bahwa rasio Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan hasil antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang.Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan

mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cv.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman"**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kualitas pelayanan melayani konsumen yang berbelanja sehingga kepuasan konsumen menurun.
2. Harga produk di CV.Kharya Bhakti Kabupaten Padang Pariaman masih tinggi di kalangan bawah.
3. Kualitas produk bahan bangunan di CV.Karya Bhakti Kabupaten Padang Pariaman sangat baik sehingga minat beli konsumen meningkat.
4. Harga di CV.Karya Bhakti Kabupaten Padang Pariaman relative tinggi sehingga menurunkan Kepuasan konsumen
5. Harga menjadi ulasan negatif konsumen akibatnya kepuasan konsumen menurun terhadap keputusan pembelian.
6. Mempertahankan kualitas produk terhadap keputusan pembelian
7. Harga menentukan kepuasan konsumen sehingga konsumen menjadi membeli bahan bangunan di CV.Kharya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
8. Mempertahankan kualitas produk untuk kepuasan konsumen berbelanja di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

9. Mengkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumensehingga konsumen menjadi puas berbelanja bahan bangunan di CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
10. Banyaknya pesaing dalam memasarkan bahan bangunan di Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

1.3Batasan Masalah

Penelitian dilakukan usaha bangunan CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman,batasan masalah dimaksud untuk memudah di dalam analisis selanjutnya dan lebih memudahkan di dalam pemecahan masalah yang diteliti.ruang lingkup penelitian ini di batasi agar lebih terarah dan mudah di pahami sesuai dengan tujuan penelitian.maka penelitian hanya membatasi penelitian pada kualitas pelayanan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
3. Bagaimana kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

4. Bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
5. Bagaimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
6. Bagaimana kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
7. Bagaimana kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
8. Bagaimana kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
9. Bagaiman harga melalui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
10. Bagaiman kualitas produk melalui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

2. Untuk mengetahui harga terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
3. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
4. Untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
5. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
6. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
7. Untuk mengetahui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
8. Untuk mengetahui kualitas pelayanan melalui kepuasan konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
9. Untuk mengetahui harga melalui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.
10. Untuk mengetahui kualitas produk melalui kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian pada CV.Karya Bhakti Pasar Usang Kabupaten Padang Pariaman.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Secara akademis penelitian diharapkan mampu memberikan masukan konseptual terkait ilmu Manajemen,khususnya mengenai Manajemen Pemasaran.Model yang dibangun dalam penelitian ini diharapkan memberikan pemahaman akademis terkait pengaruh serta manfaat diperhatikan kualitas,harga juga kualitas produk sebagai bentuk strategi dalam pemasaran terhadap loyalitas pelangan.

2. Bagi Pemilik Usaha

Manfaat penelitian ini di harapkan mampu memberikan rumusan dan masukan yang diperoleh dari hasil penelitian kepada pihak-pihak terkait seperti pengusaha industri bangunan yang ada di Pasar Usang Kabupaten Padang Pariama.hasil penelitian ini di harapkan dapat memebrikan masukan terutama tentang strategi pemasaran dalam menjaga kualitas,sehingga mampu menciptakan kepuasan konsumen agar dapat meningkatkan penjualan