

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau Lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi pada revolusi industri saat ini membuka peluang untuk membuka berbagai bentuk usaha salah satunya usaha dibidang pelaratan atau suku cadang mesin. Apalagi pada masa sekarang rata-rata semua orang memiliki kendaraan untuk memenuhi kebutuhan dan memperlancar aktivitas. Tidak hanya kendaraan umum namun, juga digunakan untuk memperbaiki peralatan rumah tangga dan juga untuk pelaratan yang digunakan oleh mesin-mesin berat .Dengan adanya usaha dibidang ini konsumen dapat membeli kebutuhan yang mereka inginkan tanpa harus langsung keperusahaan pusat. Seorang wirausaha selalu bersaing untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan sebaik mungkin dengan cara mempertahankan dan menjaga konsumen.

Keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang diawali dengan pengenalan kebutuhan, mendapatkan informasi, menilai dan membandingkan beberapa alternatif pembelian yang ada'(Rachman & Suryoko, 2017)'. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian ialah kualitas pelayanan dan harga yang dapat dilihat dari lokasi, budaya, politik, teknologi, dan promosi. Serta cara komunikasi antar karyawan dengan konsumen.

Kualitas pelayan adalah alat sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai harapan pelanggan. Menurut '(Adabi, 2020)'. Kualitas pelayanan menjadi kunci utama pada sebuah bisnis untuk dapat menarik dan mempertahankan konsumen, hal ini untuk menjaga nama baik toko di mata konsumen. Bentuk pelayanan yang dapat diberikan seperti hal nya, senyum dan menanyakan produk apa yang diinginkan oleh konsumen, selain itu juga menerima keluhan dari konsumen terhadap barang yang dibeli, serta menjelaskan mengenai produk tersebut.

Menurut '(Maharani, 2019)'Harga ialah suatu proses dimana pelanggan menafsirkan nilai harga serta atribut ke barang atau layanan yang diharapkan. Setiap toko memiliki harga berbeda-beda, ini menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam pemilihan harga. Pada dasarnya konsumen memilih harga yang termurah dari toko-toko lain.

Minat konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk disebabkan adanya kepuasan yang dirasakan atas pelayanan yang diberikan dan juga harga yang

sesuai dengan konsumen. Perusahaan perlu menjaga perasaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik dan juga harga yang menarik dari perusahaan lain, guna untuk mempertahankan konsumen dan juga citra perusahaan di mata konsumen.

Kepuasan pelanggan menurut '(Jihan Nafisa, 2018)' Kepuasan pelanggan merupakan .suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut.

Menurut '(Adabi, 2020)' ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. 1. Hubungan lingkungan, terdiri dari budaya, kelas sosial, keluarga dan situasi. Sebagai dasar utama perilaku konsumen, adalah memahami pengaruh lingkungan yang membentuk dan menghambat individu dalam mengambil keputusan berkonsumsi mereka. 2. Perbedaan dan pengaruh individu, terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi, dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. 3. Proses psikologi, terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, perubahan sikap dan perilaku.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor harga. Setelah mengembangkan struktur dan strategi penetapan harga, perusahaan sering kali menghadapi situasi dimana mereka harus melakukan perubahan harga atau merespon perubahan harga yang dilakukan pesaing. '(Murnilawati, Hairudinor, 2019)'

Data yang mengenai tingkat penjualan dari bulan Januari sampai dengan Juni 2020 pada Toko Sumber Baut yang berlokasi di Padang adalah sebagai berikut

1.1 Tabel

Jumlah Penjualan Toko ADI LESTARI Padang

Periode Tahun 2020

No	Bulan	Kunci-kunci	Obeng	Tang	Total	Persentase
1	Januari	233pcs	145pcs	152pcs	530pcs	-
2	Februari	224pcs	132pcs	126pcs	482pcs	-9%
3	Maret	213pcs	115pcs	103pcs	431pcs	-11%
4	April	218pcs	130pcs	117pcs	465pcs	-7%
5	Mei	174pcs	76pcs	74pcs	324pcs	-43%
6	Juni	128pcs	66pcs	59pcs	253pcs	-28%

Sumber data : Pembukuan pertengahan Tahun 2020 toko ADI LESTARI Padang

Dari data diatas dapat dilihat mengenai rekap penjualan yang terjadi selama 6 yaitu pada bulan februari terjadi penurunan sebesar 9%, lalu pada bulan maret menurun lagi sebesar 11%, namun pada bulan april ada penurunan hanya sebesar 7% , tetapi pada bulan mei terjadi penurunan yang begitu drastis yaitu sebesar 43%, dan pada bulan juni penurunan sebesar 28%. Adanya penurunan pada transaksi diatas disebabkan ketidak stabilan ekonomi saat itu. Table diatas menjelaskan

mengenai transaksi penjualan yang terjadi dari bulan Januari ke Juni yang tidak berjalan seperti biasanya. Data diatas disebabkan adanya faktor-faktor kualitas pelayanan dan juga pengaruh dari harga terhadap kepuasan pelanggan untuk minat keputusan pembelian.

Hal ini sejalan dengan riset dari '**(Rachman & Suryoko, 2017)**' yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada rumah makan wajan mas kudus) menunjukkan bahwa Variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan koefisien regresi.

Pada penelitian '**(Pardede & Haryadi, 2017)**' yang berjudul pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimensi kepuasan konsumen. menunjukkan bahwa Persepsi harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Persepsi harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pada penelitian '**(Nur Cahya Muchsin Saggaff Shihab, 2018)**' yang berjudul pengaruh persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga, kualitas produk, citra merek dan layanan purna jual secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ‘**(Budiono, 2020)**’ yang berjudul Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh positif.

Pada penelitian ‘**(Afwan & Suryono, 2019)**’ yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra merek Sebagai Variabel Intervening hasil menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian memiliki dampak positif dan signifikan sehingga bahwa Madina Furniture dapat fokus pada peningkatan kualitas produk, persepsi harga, layanan kualitas dan citra merek toko dalam meningkatkan keputusan pembelian.

Fenomena yang terjadi adanya penurunan penjualan pada toko ADI LESTARI. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya pesaing lain dan tingkat peminat serta kebutuhan konsumen yang kurang terhadap produk, apalagi disaat masa pandemi rata-rata masyarakat beraktivitas dirumah, dan juga terhentinya berbagai proyek, karena pemerintah mewajibkan dirumah. Dengan permasalahan yang ada seorang wirausaha harus mengatur strategi baik dalam peningkatan pelayanan maupun dari harga yang ditawarkan kepada pelanggan guna untuk mempertahankan pelanggan. Dengan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening (Studi kasus Toko ADI LESTARI Di Kota Padang)**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena dan kajian-kajian diatas maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya konsumen yang merasa kurang sesuai dengan harga barang yang di tawar kan
2. Masih ada konsumen yang belum merasa puas atas bentuk pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko dalam melayani permintaan konsumen
3. Tingginya tingkat persaingan pada jenis usaha di bidang yang sama
4. Kurangnya fasilitas dan layanan yang diberikan oleh karyawan terhadap para konsumen
5. Kurangnya dalam pencapaian target sehingga menurun nya kinerja karyawan
6. Kurang nya bentuk Promosi yang diberikan kepada konsumen mengenai barang yang di tawarkan
7. Ada nya penurunan permintaan barang oleh pelanggan disebabkan kegiatan operasional pelanggan tidak berjalan seperti biasa nya
8. Tingkat harga yang ditawarkan kurang menarik minat konsumen
9. Kurangnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan

1.3 Batasan Masalah

Agar permasalahan yang diteliti lebih fokus dan tidak terlalu melebar maka diperlukan batas masalah. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, peneliti lebih memfokuskan pada permasalahan pengaruh kualitas layanan dan harga

terhadap keputusan pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening pada toko Adi Lestari Padang.

1.4 Rumusan masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari Padang ?
2. Bagaimanakah pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari Padang ?
3. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari Padang?
4. Bagaimanakah pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Adi Lestari Padang ?
5. Bagaimanakah pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Lestari Padang?
6. Bagaimanakah pengaruh Kepuasan Pembelian terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Lestari?
7. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada toko Adi Lestari Padang?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dikekatahui yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari padang
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari Padang
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Adi Lestari padang
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Lestari padang
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Lestari Padang
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Adi Lestari Padang
7. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada toko Adi Lestari Padang

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak yaitu antara lain :

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan, pengalaman serta memberikan gambaran bagaimana menerapkan ilmu yang didapat di bangku perkuliahan pada masyarakat, perusahaan dan umum. Serta juga menambah wawasan penulis didalam berbisnis.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan bahan masukan bagi toko Adi Lestari dalam mencari alternatif pemecahan masalah yang berkaitan dengan pemasaran Bagi Konsumen

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk melakukan penelitian dan sebagai pelengkap serta pembandingan untuk penelitian selanjutnya