

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern saat ini, cukup banyak usaha dagang yang merupakan perusahaan dengan melakukan aktivitas pembelian suatu barang dan menjual tanpa mengubah bentuk dari barang tersebut. Perusahaan seperti distributor, toko, agen tunggal, pusat belanja grosir serta pusat perbelanjaan yang dapat dimasukkan dalam kategori perusahaan dagang.

Menurut Kotler dan Amstrong perilaku mengacu kepada perilaku pembelian individu konsumen akhir dan rumah tangga yang membeli barang atau jasa untuk konsumsi pribadi (Priansah 2017:61). Oleh karena itu, pemilik toko harus bisa memahami perilaku konsumen untuk mampu bersaing dengan toko lainnya.

Salah satu cara pemilik toko dalam membuat strategi dalam menarik perhatian konsumen dengan cara harga, kualitas pelayanan, dan minat beli pada toko tersebut. Sehingga pemilik toko dapat memiliki strategi pemasaran yang tepat untuk dapat bersaing dan meningkatkan penjualan mereka. Dengan melihat harga dan kualitas pelayanan sehingga konsumen akan tertarik serta memudahkan konsumen dalam memilih barang yang diinginkan.

Keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Keputusan Pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah

diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Menurut Adirama aldi (2012) Keputusan Pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir. Menurut Mandasari dan Soesanto (2011) kebutuhan dan keeinginan konsumen akan barang dan jasa berkembang daei masa ke masa dan mempengaruhi perilaku konsumen mereka dalam pembelian produk.

Salah satu contoh persaingan terjadi adalah pengaruh harga. Harga juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Definisi harga menurut Basu Swastga dan Irawan (2008) harga merupakan jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan layanan. Harga merupakan salah satu variable pemasaran yang perlu diperhatikan oleh manajemen perusahaan, karena harga akan langsung mempengaruhi keputusan pembelian dan laba yang di capai oleh perusahaan. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian, harga juga berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian akan suatu produk atau jasa.

Harga dan kualitas peayanan yang mampu memberikan keuntungan, harga jual yang kompetitif dan skema pembayaran yang mudah akan memungkinkan pengguna memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi. Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan produk keputusan pembelian. Ketika memilih produk yang tersedia, konsumen akan menilai harga secara absolut tetapi dengan membandingkan standart harga sebagai dasar pemilihan.

Ketika persaingan semakin ketat, harga yang ditawarkan kepada konsumen sama, kunci keberhasilan bisnis dalam mempertahankan konsumen dan memenangkan persaingan adalah melalui pemberian “kualitas pelayanan” secara konsisten dan didukung oleh penetapan harga dan peningkatan kualitas pelayanan secara terus menerus. Pelanggan akan selalu menuntut kepuasan atas barang yang telah mereka beli karena mereka telah mengeluarkan sejumlah biaya tertentu untuk mendapatkannya.

Menurut Lovelock menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atau keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan (Lovelock,2007). Sedangkan menurut Pasuraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap keterhandalan (*excellence*) dalam *service encounter* yang dilakukan oleh konsumen (Setiawan,2007).

Di Manyar Gresik terdapat sebuah toko yang bergerak dibidang jual beli elektronik yaitu Rifa Stationary. Toko Rifa stationary berdiri tahun 2009 dan terus berkembang hingga sekarang yang dikelola oleh ibu HJ Wati Tsunani sebagai pemilik toko. Mayoritas pelanggan toko Rifa Stationary adalah dari kalangan pedagang yang berada di sekitar pasar Manyar. Fokus utama Rifa Stationary adalah para pelanggan dan model pemasarannya yaitu dengan cara sistem mulut ke mulut atau bisa disebut dengan “*word of mouth*” oleh pelanggan yang puas atas pelayanan dari toko rifa stationary.

Toko Rifa Stationary sendiri masih berupa ruko yang salah satu ruangnya dijadikan Gudang penyimpanan barang yang datang ataupun Kembali (*retur*). Akan tetapi hal tersebut memiliki tujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengambil barang yang diinginkan oleh pelanggan. Fasilitas toko Rifa stationary menyediakan kipas angin dan televisi untuk pelanggan Ketika menunggu antrian. Secara garis besar Rifa Stationary memberikan kenyamanan dan menonjolkan kekeluargaan selain berupaya memberikan pelayanan yang optimal.

Proses transaksi yang terjadi di toko Rifa Stationary sendiri terjadi secara langsung antara pelanggan dengan pihak toko, untuk pelanggan yang melakukan pembelian berupa magicm,kipas angin atau peralatan elektronik lainnya akan langsung membeli pada toko. Pelayanan yang diberikan oleh pihak toko adalah dengan cara kekeluargaan dimana untuk pelanggan yang datang akan merasa dekat dengan pegawai dan pemilik toko. Rifa Stationary juga menerapkan buka setiap hari tanpa hari libur.

Selain barang toko Rifa Stationary juga menerima jasa untuk memperbaiki barang elektronik lainnya yang rusak terutama setrika. Kemampuan yang dimiliki oleh pegawai Rifa Stationary dalam menjelaskan tentang kelebihan dan kekurangan barang yang diinginkan oleh pelanggan serta mempunyai daya tanggap dalam memperbaiki barang rusak terutama setrika.

Harga barang dan jasa perbaikan barang yang rusakpun terbilang sangat terjangkau. Selama ini pelanggan yang datang ke toko Rifa Stationary disambut dengan ramah dan murah senyum oleh pegawai toko. Hal ini menumbuhkan

keputusan pembelian atau pelanggan Ketika ingin membeli atau memperbaiki barang elektronik yang rusak.

Di Rifa Stationary terjadi perbandingan harga barang yang ada di toko oleh beberapa pelanggan dengan toko elektronik yang ada di sekitar Gresik dengan jarak 200 meter dari toko Rifa Stationary. Hal ini di diduga dapat terjadi karena Harga dan Kualitas pelayanan para karyawannya belum bisa melayani dengan cepat. Toko Rifa Stationary perlu memperhatikan hal hal tersebut sehingga toko Rifa Stationary Gresik dapat mempertahankan konsumen agar tidak terjadi penurunan keputusan pembelian.

Dari fenomena yang telah dipaparkan, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut pengaruh Harga dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada toko Rifa Stationary. Sehingga dapat dioptimalkan potensi strategi pemasarannya untuk meningkatkan Keputusan Pembelian pada toko Rifa Stationary. Dalam hal ini peningkatan Keputusan Pembelian dapat dijadikan tolak ukur untuk toko Rifa Stationary. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mempelajari secara mendalam dan memfokuskan penelitian ini pada **“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan pembelian pada toko Rifa Stationary di Manyar Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan permasalahan seperti berikut:

1. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Rifa Stationary di Manyar Gresik?

2. Apakah Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Rifa Stationary di Manyar Gresik?
3. Apakah Harga dan Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko Rifa Stationary di Manyar Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Rifa Stationary di Manyar Gresik
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Rifa Stationary di Manyar Gresik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko Rifa Stationary di Manyar Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu mengungkapkan sejauh mana keefektifitas harga dan kualitas pelayanan sehingga mempengaruhi keputusan pembelian

b) Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kepustakaan bagi Universitas.

c) Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat diharapkan memperluas wawasan mengenai strategi pemasaran serta mempelajari perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

2. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi perusahaan sehingga dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk pertimbangan dan perencanaan strategis yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dimasa mendatang.