

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era saat ini bisnis telah memasuki pemasaran modern, dimana semua bisnis telah berkembang secara pesat berkesinambungan. Setiap pelaku bisnis di tiap kategori bisnis dituntut untuk selalu memiliki kepekaan terhadap perubahan yang terjadi dan dituntut untuk menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Selain itu pergeseran gaya hidup masyarakat juga menjadikan kegiatan bisnis sebagai dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis semakin berminat dalam mengelola bisnisnya.

Seperti halnya bisnis kerajinan genting, seperti kita ketahui genting merupakan salah satu jenis penutup atap rumah yang paling umum digunakan di Indonesia. genting berfungsi sebagai pelindung dari panas dan hujan. Genting sering kali disebut-sebut sebagai ciri utama rumah-rumah khas Indonesia, bahkan diketahui telah digunakan jauh sebelum abad ke-19. Jenis usaha ini merupakan salah satu usaha yang produknya akan selalu dibutuhkan oleh manusia, karena setiap harinya tentu banyak orang yang memerlukan genting untuk pembangunan rumah, untuk usaha property, dll. Akan tetapi seiring berkembangnya zaman akan banyak bermunculan bisnis kerajinan genting yang serupa tetapi dengan berbagai jenis bahan yang berbeda seperti genting esbes, genting cor, dll untuk mensiasati terjadinya persaingan banyak

hal perlu dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk melakukan pengoptimalan dalam manajemen strategi bisnisnya.

Di dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin ketat dan kuat, para pebisnis harus bisa meraih keunggulan kompetitif terutama pada pesaing jenis usaha yang serupa. Untuk bisa bertahan dan berkembang, pengelola bisnis dituntut untuk bisa menciptakan keunggulan bersaing atas produk yang dimiliki oleh perusahaannya, bisa melalui pelayanan, harga dan kualitas produk dalam upaya memuaskan para konsumen dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak dapat terpenuhi maka bisnis yang dimiliki tidak akan bisa bertahan dengan lama.

Pelayanan merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran, berapapun harga dan berkualitas suatu produk, tetapi bila konsumennya tidak puas dengan pelayanan yang diberikan perusahaan maka mereka akan enggan untuk membeli produknya.

Menurut Kotler dan Keller (2016:214) mendefinisikan jasa/pelayanan sebagai berikut: *“any act or that one party can offer another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. It's productions may or not to be tied to a physical product.”* Artinya jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

Namun jika sebuah pelayanan yang baik tetapi tidak diimbangi dengan harga yang bersaing serta kualitas produk yang ditawarkan dan dihasilkan,

tentunya konsumen akan cenderung merasa kurang puas dan kecewa, karena apa yang di dapat tidak sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini akan mengakibatkan konsumen dan pelanggan merasa jera dan enggan untuk membeli produk kita lagi.

Menurut Kotler dan Amstrong (2019:253) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa produk merupakan seperangkat atribut yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dikonsumsi agar dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Kualitas produk memiliki pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu para pelaku bisnis harus bisa memfokuskan perusahaan untuk memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing. Jadi selain pelayanan yang baik juga sangat dibutuhkan oleh konsumen dan pelanggan adalah kualitas produk yang baik sebagai acuan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Assauri (2015:139) keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli dipengaruhi pula oleh kebiasaan. Kebiasaan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah berapa pembelian dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

Pelayanan yang diberikan di kerajinan genting super Klagen Karanggeneng Lamongan salah satunya dengan cara cepat dan tanggap setiap permintaan yang disampaikan para konsumen, tanggap dalam maksud bagaimana produk genting yang diberikan sudah sesuai dengan permintaan konsumen seperti desain gentingnya, kualitas gentingnya dll, selain itu cepat yang dimaksud adalah dimana dalam proses pengerjaan dalam produksinya dengan cara cepat tetapi tetap memperhatikan kualitas genting mereka. Selain itu pelayanan yang baik juga mereka berikan pada ketepatan waktu yang mereka berikan sesuai perjanjian antara kerajinan genting super Klagen dengan konsumen produk genting mereka.

Produk genting pada setiap pengerajin genting di Karanggeneng hampir semuanya memproduksi 2 jenis genting, tentunya juga produk genting yang diproduksi di kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng, yaitu genting jenis Karangpilang dan jenis Mantili, selain 2 jenis genting ini, sebenarnya masih ada satu jenis genting lagi tapi sudah lama tidak ada peminat maka para pemilik kerajinan genting di Karanggeneng sudah tidak lagi memproduksinya karena sudah tidak ada konsumen yang mau untuk membeli.

Setiap jenis genting di kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng ini memiliki harga yang berbeda-beda pada setiap jenis produknya. Produk genting yang mereka hasilkan memiliki kualitas yang baik karena diproduksi dengan bahan yang berkualitas salah satunya adalah tanah liat dan pasir yang secara langsung diambil dari tanah liat dan pasir di Sungai Bengawan Solo.

Kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng dalam sehari memproduksi sebanyak 200 genting, dengan kapasitas untuk sekali pembakaran dapat menampung sebanyak 15.000 biji genting. Proses pembakaran ini menggunakan bahan bakar kayu bakar bisa dari kayu jati, kayu mahoni, dll. Untuk proses pembakaran berlangsung selama 3 hari 3 malam dimana kurun waktu tersebut mempengaruhi kualitas genting dan tentunya menjadikan produk genting di kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng memiliki kualitas yang baik.

Berdasarkan prasarvei dan wawancara dengan pemilik Kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng, pemiliknya mengatakan selama 1 tahun terakhir pembelian produk genting disana masih mengalami naik turun maka pihak kerajinan genting harus dapat memberi keyakinan kepada para konsumen/masyarakat agar bias tetap setia melakukan pembelian di kerajinan genting Super Klagen, maka ketiga variabel independent yang diteliti yaitu pelayanan, harga dan kualitas produk perlu dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pelayanan, harga dan kualitas produk genting di kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng ketiganya sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen untuk membeli produk genting, pelayanan yang baik harus diimbangi harga dengan kualitas produk yang baik juga, pun demikian dengan kualitas produk yang baik juga tentunya harus diimbangi dengan harga dan pelayanan/jasa yang baik juga.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik mengambil judul penelitian Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Kerajinan Genting Super Klagen Karanggeneng Lamongan).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng?
4. Apakah pelayanan, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Fokus Penelitian : Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

(Studi Pada Kerajinan Genting Super Klagen Karanggeneng Lamongan).

2. Subjek Penelitian : Konsumen pembeli genting super klagen karanggeneng lamongan.
3. Metode pengumpulan data : menggunakan metode kuisioner, observasi dan kepustakaan sebagai alat untuk pengumpulan data.
4. Analisis data : Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik statistik yang relevan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel terhadap Keputusan pembelian konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas. Maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng.
2. Untuk mengetahui apakah pelayanan, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng.
3. Untuk mengetahui dari variabel pelayanan, harga dan kualitas produk, variabel mana yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian pada kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis tujuan dari penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung, mampu menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang pemasaran pada media online maupun offline. Memberikan sumbangan pemikiran ilmiah dan ilmu pendidikan yaitu menjadikan inovasi penggunaan metode dan teori-teori mengenai pemasaran dalam meningkatkan kemampuan dalam mengenal dunia bisnis dan berwirausaha. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi penguat teori yang sudah ada dalam hal peningkatan pelayanan, harga dan kualitas produk, dan terlebih dalam bidang pemasaran

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis tujuan dari melakukan penelitian secara langsung dengan kondisi yang sesungguhnya untuk mengambil informasi dan memahami tentang pengaruh pelayanan, harga dan kualitas produk sebagai unsur utama dalam keputusan pembelian konsumen pada kerajinan genting Super Klagen Karanggeneng. Hasil dari penelitian ini di harapkan bisa menjadi bahan masukan, bagi perusahaan terutama dalam menentukan dan mengambil kebijakan kedepannya dalam menerapkan pelayanan, harga dan kualitas produk yang akan menunjang keberhasilan dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualannya.