

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perilaku konsumen yang didasari atas perkembangan pasar saat sekarang ini membuat konsumen ingin terus dimanjakan dengan berbagai pemberian dari pengusaha. Hal ini mendorong terciptanya berbagai usaha dengan model tertentu sesuai dengan model yang dapat menghadapi kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada zaman sekarang ini banyak sekali bermunculan usaha penjualan bahan bangunan berhubung dengan meningkatnya kebutuhan akan bahan bangunan oleh kalangan masyarakat. Dengan adanya hal tersebut tentu saja membuat persaingan yang ada semakin ketat setiap harinya terutama bagi bidang usaha yang sejenis seperti sesama penjualan bahan bangunan yang saling berlomba dalam mengembangkan strategi usaha mereka agar dapat memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumennya. Hal ini juga membuat setiap pengusaha harus bergerak lebih cepat dan lebih giat dapat mencari konsep pemasaran terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen karena jika hal ini tidak dapat dilakukan dengan baik oleh pihak pengusaha, maka bukan saja tidak mungkin pengusaha tersebut harus terpaksa menutup usahanya tersebut karena dinilai tidak dapat bersaing dengan pengusaha lainnya. Oleh sebab itu tidak mengherankan jika banyak sekali toko-toko yang saling membuka bidang usaha yang sama pada tempat yang sama dengan tujuan agar dapat saling merebut konsumen. Salah satunya adalah Toko Medan Abadi yang berlokasi di jalan Gunung Krakatau No. 209 CD, Medan.

Toko Medan Abadi pada akhir-akhir ini atau dapat dibilang dalam kurun waktu beberapa tahun ini dinilai sedang mengalami permasalahan dalam penjualannya dimana Toko Medan Abadi dinilai sedang mengalami penurunan pada penjualan produk-produknya sehingga menyebabkan jumlah pendapatan laba yang diperolehnya setiap tahun terus mengalami penurunan. Berikut ini adalah datanya:

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Medan Abadi Periode 2016 sampai 2020

Tahun	Jumlah Penjualan Ke Konsumen (Nominal)	Jumlah Konsumen
2017	Rp. 4.341.388.000	5.360
2018	Rp. 4.028.271.000	5.224
2019	Rp. 3.946.142.000	4.987
2020	Rp. 3.807.821.000	4.759
2021	Rp. 3.319.225.000	4.680

Sumber: Toko Medan Abadi, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa pada tahun 2017 penjualan mencapai Rp. 4.341.388.000, sedangkan pada tahun 2021, total penjualan hanya mencapai Rp. 3.319.225.000. Penurunan penjualan ini dinilai karena Keputusan Pembelian konsumen saat ini tidak lagi pada toko. Menurut Firmansyah (2018:27), Keputusan Pembelian merupakan kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan. Banyaknya toko bahan bangunan saat ini membuat konsumen memiliki banyak pilihan ketika ingin melakukan pembelian pada produk sejenis. Terlebih lagi untuk saat ini dengan mudahnya akses informasi membuat konsumen tidak harus datang secara langsung ke toko untuk melakukan

pembelian, akan tetapi hanya perlu dengan menggunakan panggilan telepon ataupun mengirimkan pesan dengan menggunakan Whatsapp. Perilaku konsumen yang semakin selektif setiap waktunya membuat konsumen tentunya memutuskan pilihannya pada toko yang dinilai memberikan paling banyak keuntungan untuk dirinya sendiri.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan, diduga bahwa Harga menjadi salah satu hal yang menyebabkan Keputusan Pembelian konsumen mengalami penurunan. Menurut Kurniawan (2018:22), Harga merupakan suatu nilai tukar yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan barang atau jasa yang mempunyai nilai guna beserta pelayanannya. Permasalahan Harga yang terjadi pada Toko Medan Abadi adalah Harga yang ditetapkan untuk setiap produk-produknya baik dimulai dari semen sampai dengan bahan-bahan bangunan lainnya dinilai memiliki Harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko-toko lainnya. Berikut ini adalah tabel perbandingan Harganya:

Tabel 1.2
Harga Penjualan Produk

Produk	Toko Medan Abadi	Toko Usaha Baru	Toko Tetap Jaya
Triplek 12 MM Tri Bukit	Rp. 175.000	Rp. 173.000	Rp. 175.000
Kayu 1x2 Ketam	Rp. 30.000	Rp. 30.000	Rp. 28.000
Triplek Poly Kenari Doff 3 MM	Rp. 125.000	Rp.123.000	Rp. 125.000
Lem APE 10 KG	Rp. 460.000	Rp. 452.000	Rp. 455.000
Lex Fox Power	Rp. 585.000	Rp. 580.000	Rp. 575.000

Sumber: Toko Medan Abadi, 2021

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat terlihat bahwasannya Toko Medan Abadi memiliki jarak Harga dengan toko lainnya yang berkisar diantara Rp. 1.000 sampai dengan Rp. 10.000. Hal ini tentu saja membuat konsumen merasa

dirugikan dimana konsumen yang melakukan pembelian pada produk bahan bangunan biasanya tidak hanya pada satu sampai dengan dua produk saja, akan tetapi dapat dalam jumlah yang banyak. Dengan demikian, konsumen tentu saja akan mencari informasi mengenai toko yang dapat memberikan Harga yang lebih murah untuk mereka.

Berdasarkan observasi lainnya diduga bahwa Kualitas Pelayanan dinilai menjadi hal lain yang mempengaruhi penurunan Keputusan Pembelian konsumen pada toko dimana menurut Tjiptono dan Chandra (2019:101), Kualitas Pelayanan adalah perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen yang diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen. Permasalahan dari Kualitas Pelayanan toko adalah toko tidak dapat memberikan Kualitas Pelayanan yang baik untuk para konsumennya seperti karyawan yang sulit memberikan respon ataupun karyawan yang masih kurang mengerti mengenai bahan bangunan yang diperlukan sehingga membuat konsumen selalu kembali untuk membeli kekurangan produk dimana konsumen menilai bahwa jika saja karyawan memiliki pengetahuan yang baik mengenai hal tersebut tidak akan membuat konsumen harus datang kembali terus menerus hanya untuk membeli kekurangan produk saja karena hal ini dinilai membuat konsumen menghabiskan waktunya dengan sia-sia.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada toko dengan judul **“PENGARUH**

HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO MEDAN ABADI.”

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Keputusan Pembelian disebabkan oleh:

1. Toko Medan Abadi memiliki Harga produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan toko-toko lainnya sehingga membuat konsumen menjadi beralih untuk membeli pada toko lain.
2. Toko Medan Abadi memberikan Pelayanan yang kurang baik seperti tidak merespon dengan cepat dan tidak menguasai informasi untuk keseluruhan produk yang ditawarkannya.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen Toko Medan Abadi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dibuat perumusan masalah yaitu:

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi?

2. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi?
3. Apakah ada pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Medan Abadi.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain sebagai berikut ini yaitu:

1. Bagi Toko Medan Abadi
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademisi

Sebagai tambahan referensi kepustakaan yang dapat digunakan mahasiswa khususnya Jurusan Manajemen mengenai variabel Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.