

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan harus memiliki visi dan misi yang jelas untuk mencapai tujuan dan sasarannya. Visi merupakan suatu gambaran mengenai tujuan dan cita-cita di masa depan yang harus dimiliki oleh perusahaan sebelum disusun rencana mengenai bagaimana mencapainya sehingga dapat dikatakan bahwa visi perusahaan adalah sebuah pernyataan yang menggambarkan kondisi perusahaan di masa yang akan datang. Tujuan perusahaan adalah untuk mendapatkan laba, memproduksi produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan menyediakan berbagai lapangan kerja untuk masyarakat. Dalam mencapai salah satu tujuan utama perusahaan yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya, maka perusahaan harus melakukan penjualan. Penjualan merupakan kegiatan menyampaikan kebutuhan yang telah dihasilkan pada masyarakat yang membutuhkannya dengan balasan menurut harga yang ditentukan atas persetujuan bersama.

Perusahaan yang pada era global ini semakin maju pesat mendorong sebuah perusahaan dalam meningkatkan kegiatan dalam penjualan. Untuk meningkatkan penjualan, sudah menjadi hal yang sepantasnya bagi perusahaan untuk memperhatikan Keputusan Pembelian konsumen karena Keputusan Pembelian konsumen inilah yang menjadi hal yang mendorong penjualan dan membuat perusahaan mendapatkan laba atas penjualan yang dihasilkannya. 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.

PT. Jaco Nusantara Mandiri merupakan sebuah perusahaan retail swasta yang bergerak dalam bidang penjualan alat-alat kesehatan, kecantikan, dan kebugaran jasmani dan biasanya melakukan penjualan menggunakan TV *Shopping Mall* ataupun melakukan penjualan berdasarkan *outletnya*. PT. Jaco Nusantara Mandiri juga sudah lama berdiri di Indonesia dan memiliki berbagai cabang dimana salah satunya adalah pada kota Medan yang beralamatkan di jalan Asia No. 264 M.

Saat pertama kali menawarkan produknya kepada konsumen, perusahaan mendapatkan respon yang positif dari konsumen karena produk-produk yang ditawarkannya dinilai sangat berguna untuk kesehatan para konsumen terutama pada peralatan kesehatan atau yang biasa dikatakan peralatan *gym* seperti: *treadmill, massage chair, joint care, bundle secret slimming suit, lumbar pillow*, dan berbagai produk-produk lainnya. Akan tetapi semakin berkembangnya hal ini membuat para pengusaha mengambil kesempatan yang baik dalam membuat usaha *gym* dan tidak sedikit pula setiap pembangunan kompleks baru yang ada di Medan menawarkan fasilitas *gym* gratis yang diletakkan dalam *club house* miliknya. Hal ini tentu saja membuat penjualan produk perusahaan semakin hari semakin mengalami penurunan. Berikut ini data penjualannya dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penjualan PT. Jaco Nusantara Mandiri
Periode 2017 sampai 2021

Tahun	Total Konsumen	Nominal Penjualan
2017	6.112	Rp. 21.392.472.000
2018	5.440	Rp. 20.128.055.000
2019	5.335	Rp. 19.735.814.000
2020	5.096	Rp. 19.642.157.000
2021	4.622	Rp. 16.204.283.000

Sumber: PT. Jaco Nusantara Mandiri, 2021

Berdasarkan pada tabel 1.1 di atas, dapat diketahui penurunan terjadi sejak tahun 2017 dimana nominal penjualannya mencapai Rp. 21.392.472.000 dengan jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 6.112 orang, sedangkan pada tahun 2018 nominal penjualannya adalah sebanyak Rp. 20.128.055.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 5.440 orang. Untuk tahun 2019 nominal penjualan hanya mencapai Rp. 19.735.814.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 5.335, sedangkan pada tahun 2020 terjadi penurunan yang sedikit dimana nominal penjualannya adalah sebanyak Rp. 19.642.157.000 dengan jumlah konsumen sebanyak 5.096 dan untuk tahun 2021 jumlah penjualannya menurut cukup signifikan yaitu hanya mencapai Rp. 16.204.283.000 dengan jumlah konsumen yang melakukan pembelian sebanyak 4.622 orang. Penurunan ini juga disebabkan karena penjualan produk perusahaan yang seharusnya ditargetkan untuk setiap konsumen, akan tetapi untuk saat ini lebih sering terjualkan kepada pihak properti dan *gym*. Belum lagi setiap tempat *gym* biasanya akan menawarkan berbagai promo menarik dan dinilai murah sampai berlangganan hingga satu tahun lamanya sehingga membuat produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan semakin tidak memiliki nilai dalam mata konsumen dan memilih untuk tidak melakukan pembelian lagi.

Dari penemuan awal atas survei yang peneliti lakukan, didapatkan bahwa Perilaku Konsumen memiliki kaitan yang erat dalam menurunkan Keputusan Pembelian konsumen. Menurut Firmansyah (2018:2), Perilaku Konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan adanya suatu proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and service*). Semakin berkembangnya zaman tidak hanya membuat teknologi semakin berkembang, akan tetapi masyarakat juga semakin mengalami peningkatan pada kecerdasan mereka dalam memilih produk yang dibutuhkan mereka. Berbagai konsumen memberikan keterangan bahwa konsumen lebih suka untuk pergi *gym* bersama teman-temannya karena selain dapat bersosialisasi, konsumen juga dapat menghilangkan rasa jenuh atau kebosanannya karena terus-terusan berada dalam rumah. Sebagian konsumen juga menolak melakukan pembelian pada produk perusahaan yang berupa *treadmill* karena sebagian konsumen lebih menyukai berlari secara langsung pada ruangan terbuka bebas karena selain dapat menikmati udara segar, juga dapat berlari bersama teman-temannya ataupun keluarganya dimana biasanya konsumen melakukan ini bersama temannya di lapangan benteng ataupun berolahraga pada sekitaran lapangan merdeka. Selain itu ada juga konsumen yang ingin terlihat kurus dan ramping lebih memilih untuk mengkonsumsi berbagai teh alami yang diciptakan oleh perusahaan-perusahaan yang berada diluar Indonesia daripada menggunakan *slimming suit* ataupun berolahraga. Perkembangan dan kemajuan produk yang ditawarkan oleh perusahaan telah merubah perilaku dan gaya konsumen untuk tetap hidup sehat.

Penemuan lainnya didapatkan bahwa Kualitas Pelayanan diduga menjadi pemicu dari penurunan Keputusan Pembelian konsumen pada produk perusahaan 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 penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan konsumen. Dalam hal ini, sebagian konsumen merasa bahwa karyawan sedikit arogan saat menawarkan produk karena memilih konsumen untuk diberikan penawaran dimana produk-produk dari Jaco terkenal akan harganya yang fantastis sehingga karyawan merasa bahwa tidak semua konsumen akan sanggup untuk melakukan pembelian. Konsumen ketika menggunakan pakaian biasa dan tidak terlihat seperti orang kaya akan diberikan pelayanan yang biasa saja dimana karyawan tidak terlalu banyak memberikan keterangan mengenai produk yang mereka tawarkan karena karyawan merasa bahwa hal tersebut juga akan sia-sia karena pada akhirnya konsumen tidak akan melakukan pembelian. Beberapa hal yang ada tersebut yang membuat konsumen merasa semakin malas untuk menanyakan mengenai produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang sedang terjadi membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul **“PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PT. JACO NUSANTARA MANDIRI.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Pada latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka disinyalir penurunan Keputusan Pembelian pada PT. Jaco Nusantara Mandiri disebabkan oleh berikut ini:

1. Perilaku yang suka mengikuti pilihan teman atau mengikuti ajakan teman seperti pergi untuk gym bersama membuat konsumen tidak berniat untuk membeli produk perusahaan.
2. Kualitas Pelayanan dari perusahaan sering dinilai kurang baik yang dikarenakan sebagian karyawan belum dapat menjelaskan manfaat ataupun kelebihan dari produk yang ditawarkannya dengan baik.
3. Keputusan Pembelian mengalami penurunan dari tahun ke tahunnya karena adanya perubahan Perilaku Konsumen dan juga penurunan Kualitas Pelayanan yang membuat konsumen menjadi enggan melakukan pembelian kembali.

1.3 Batasan Masalah

Oleh karena keterbatasan pengetahuan, kemampuan dana dan waktu, maka penulis membatasi masalah hanya pada ruang lingkup antara variabel Perilaku Konsumen (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Objek penelitian ini adalah konsumen PT. Jaco Nusantara Mandiri.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Apakah Perilaku Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri?
3. Apakah Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan antara lain:

1. Bagi Perusahaan
Sebagai dasar perbaikan keunggulan dalam bersaing pada produk sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Perilaku Konsumen

dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT. Jaco Nusantara Mandiri.

2. Bagi Akademisi

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