

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Alat Elektronik untuk Rumah tangga merupakan salah satu kebutuhan mendasar dari sebuah rumah tangga, mungkinkah jika kita sudah berumah tangga akan meminjam alat elektronik rumah tangga kepada tetangga sebelah atau seberang kita? Tentu tidak. Karena apabila kita meminjam belum tentu mereka akan meminjamkannya, maka dari itu kita sangat membutuhkan Alat Elektronik dalam Rumah tangga.

Semakin banyak permintaan masyarakat akan barang-barang elektronik, menyebabkan bisnis elektronik saat ini banyak ditemukan di berbagai tempat. Dari mulai bisnis pembuatan barang elektronik, toko elektronik, bisnis jasa reparasi barang elektronik, sampai bisnis kredit elektronik banyak ditemukan di sekitar kita. Banyaknya bisnis elektronik yang bermunculan saat ini, karena kebutuhan masyarakat akan barang elektronik juga semakin meningkat. Daya beli masyarakat terhadap barang elektronik kini menjadi pesat contohnya adalah pembelian produk elektronik seperti televisi, radio – tape, DVD/VCD player, computer, laptop, handphone, AC, hingga perabot rumah tangga seperti setrika, magic com, kipas angin, kulkas, blender, dan lain-lain. Semakin berkembang dan bertambahnya pelaku bisnis di bidang elektronik ini, maka semakin membuat para pelakunya ditantang untuk dapat menciptakan differensiasi unik dan

positioning yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dengan para pesaingnya. Kondisi pasar yang kompetitif dan dinamis akan mengakibatkan setiap perusahaan harus selalu mengamati persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu serangkaian strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-menerus serta berkelanjutan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk meraih keunggulan kompetitif terhadap para perusahaan pesaing.

Untuk dapat bertahan dan berkembang, pengelola bisnis penjualan alat elektronik dituntut untuk mampu menciptakan keunggulan bersaing atas harga, pelayanan, dan kualitas produk dalam upaya memuaskan pelanggan dan menghadapi persaingan dalam bisnis ini. Apabila tuntutan ini tidak terpenuhi maka bisnis ini tidak akan dapat bertahan hidup. Dalam kondisi ini hanya usaha penjualan alat elektronik yang memiliki daya saing tangguh yang akan mampu bertahan hidup dan berkembang. Selain keunggulan bersaing, strategi pemasaran yang efektif harus menjadi perhatian, yang meliputi upaya mendatangkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dimana mempertahankan pelanggan yang sudah ada menjadi prioritas, karena lebih murah mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pada mendatangkan pelanggan baru, serta melalui pelanggan lama pula strategi pemasaran *word of mouth* dapat dilakukan.

Dalam upaya mendatangkan konsumen dan mempertahankan konsumen, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan membeli tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal (dari dalam) diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, yang membedakan adalah dalam proses pengambilan keputusan tersebut diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidup. Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh *Suci Dwi Puspita (2014)* yang berjudul “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt (Survey Pada Konsumen Yoghurt Youjell Pt. Insan Muda Berdikari)*” Mengemukakan pendapat Kotler (2005) yang mengatakan keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang pertama adalah harga. Suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang berkualitas dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi sangat penting. Pada hakekatnya harga

ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga perusahaan juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. Diperoleh melalui hasil penelitian yang dilakukan Muh. Abdul Rokim (2013) "*Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasaraya Sri Ratu Semarang*". Menurut Kotler (2005) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang dinilai penting terhadap keputusan pembelian adalah pelayanan. Sebagaimana diungkapkan pada penelitian sebelumnya yaitu Muh. Abdul Rokim (2013) yang berjudul "*Pengaruh Harga, Bauran Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasaraya Sri Ratu Semarang*" bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan (*ability*) dari perusahaan dalam memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Pelayanan juga dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang tidak tampak dan mudah hilang. Pelayanan yang memuaskan konsumen akan berdampak pada terjadinya pembelian berulang-ulang yang pada akhirnya akan meningkatkan omset penjualan.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu berikutnya, tingkat kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian

terhadap suatu produk. Seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh *Suci Dwi Puspita (2014)* yang berjudul “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt (Survey Pada Konsumen Yoghurt Youjell Pt. Insan Muda Berdikari)*” dimana di dalamnya dibahas bahwa ada beberapa tahapan untuk mengelola kualitas suatu produk yaitu perencanaan kualitas, mengorganisasi untuk kualitas, pengarahan untuk kualitas, pengendalian untuk kualitas.

Perencanaan produk yang diperjualbelikan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan konsumen. Hal tersebut agar produk dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen. Persepsi kualitas ini merupakan persepsi konsumen, maka dapat diramalkan jika persepsi kualitas konsumen negatif, produk tidak akan disukai dan usaha akan sulit bertahan lama. Sebaliknya, jika persepsi kualitas pelanggan positif, produk akan disukai, dengan beranggapan bahwa kualitas produk yang baik merupakan jaminan kepuasan dalam menggunakan produk tersebut, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan uraian di atas maka, dalam penelitian ini akan menggunakan ketiga variabel independen yaitu harga, pelayanan, kualitas produk dipertimbangkan untuk diteliti pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen, maka dalam penelitian ini dilakukan suatu penelitian dengan judul **”Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Pada Toko Ardha Elektronik”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dengan latar belakang masalah di atas bahwa harga, pelayanan, dan kualitas produk besar kecilnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka perumusan masalah penelitian adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko ardhha elektronik?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko ardhha elektronik?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko ardhha elektronik?
4. Apakah harga, pelayanan, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko adha elektronik?

C. Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah di atas, maka diperoleh tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko adha elektronik.
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko adha elektronik.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko adha elektronik.
4. Untuk menganalisis pengaruh harga, pelayanan, dan kualitas produk secara serentak terhadap keputusan pembelian di toko adha elektronik.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan pihak pengelola dalam pengolahan harga, pelayanan, dan kualitas produk untuk menciptakan keputusan membeli pada toko Ardha Elektronik serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

2. Bagi Penulis

Bagi penulis hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai syarat kelulusan sarjana, sebagai ilmu pengetahuan dan wacana khususnya yang berkaitan dengan masalah harga, pelayanan, dan kualitas produk serta keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Penelitian Lanjutan

Bagi penelitian lanjutan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur dalam menambah wawasan bagi pembaca, sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya agar menjadi semakin baik.

E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan skripsi ini yang akan dibahas dalam bab-bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisannya.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dalam analisa penelitian, penelitian terdahulu sebagai referensi, kerangka penelitian, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel yang digunakan, populasi, dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, jenis data serta metode analisis yang digunakan dalam proses pengolahan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang penjelasan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan pembahasan berupa interpretasi output pengolahan data untuk mencari makna yang lebih luas dan implikasi dari hasil analisis.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran penulis berdasarkan dari hasil penelitian yang telah di lakukan.