

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi kompetisi bisnis menjadi amat kompetitif, dipasar dalam negeri ataupun luar negeri. Di dunia usaha menjaga kelangsungan bisnis ialah maksud penting yang wajib dilakukan disamping maksud guna kontinu menaikkan penjualan serta profit. Keadaan kompetisi yang kian tinggi, menjadikan tiap perseroan saling bersaing guna memperluas pasar. Cita dari terdapatnya perluasan pasar ialah menaikkan penjualan hingga perseroan hendak mempunyai lebih banyak *customer*. Kini tiap *customer* tak lagi cuma membeli sebuah produk, namun elemen jasa ataupun pelayanan pula yang melekat di produk itu. Hingga mampu ditinjau layanan ialah faktor paling utama disuatu bisnis yang sifatnya jasa. Total *customer* yang dipunya membuat Indonesia selaku pasar potensial, utamanya untuk perseroan multi nasional.

Pada penelitian ini peneliti memilih PT International Hardware Indo sebagai objek riset, entitas beroperasi di bidang *supply* produk ke perseroan, juga toko. PT International Hardware Indo ada sejak sejak tahun 1995. Entitas terletak pada Komp.Sakura Anpan Blok A No 6, Lubuk Baja – Batam.

Maka perseroan butuh melaksanakan evaluasi atas faktor apa saja yang hendak mempengaruhi *customer* di ketetapan pembelian serta bagaimanakah cara guna mencukupi cita *customer* nya hingga *customer* tak gampang guna beralih ke kompetitif lainnya. Salah satu faktor *customer* mengambil keputusan pembelian

ialah mutu layanan. Kualitas layanan memberi motivasi pada *customer* guna menjalin korelasi yang erat bersama perseroan hingga memungkinkan perseroan guna mengerti secara cermat cita serta keperluan yang akhirnya mampu mewujudkan kesehatan perseroan.

Kualitas layanan disebut sebagai evaluasi *customer* dari apa yang mereka dapat dari layanan beserta pengharapan pada taraf layanan yang hendak diterima (Hamzah & Purwati, 2019). Dari maksud diatas mampu dikonklusikan kualitas layanan ialah aksi yang didapat oleh *customer* dari penawaran produk serta jasa oleh produsen terhadap keperluan produk serta jasa yang diperlukan pelanggan yang dilaksanakan produsen sesuai dayanya. Serta hambatan yang dialami ketika itu bersama memberi kegampangan pada *customer* berdasar ciri produk yang ditawarkan.

Untuk memastikan pelanggan mendapatkan kualitas layanan yang baik ialah perihal yang diutamakan oleh PT International hardware Indo. Satu diantara faktor yang berdampak ke *customer* guna menetapkan keputusan pembelian yakni kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik amat penting guna kemajuan serta terwujudnya cita suatu perseroan. Bersama kualitas layanan yang baik, hendak memberi kesan positif dari *customer* pada sebuah perseroan. Kualitas layanan ialah persepsi konsumen pada capaian perbandingan antara ekspektasi konsumen bersama kenyataan yang didapat dari layanan.

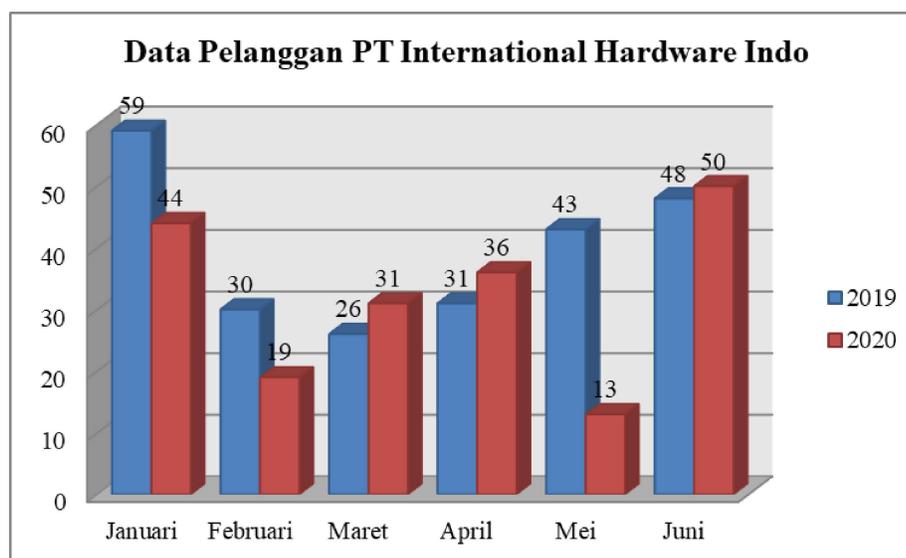
Namun kualitas pelayanan PT International Hardware Indo terhadap pelanggan kini telah semakin menurun. Karyawan kadang dalam melayani pelanggan dengan sikap cuek atau acuh tidak acuh saat ada pelanggan yang

berkunjung ke toko untuk belanja. Saat pelanggan masuk ke dalam toko dengan tujuan ingin bertanya mengenai barang yang mereka inginkan, karyawan tak tanggap menolong customer, sehingga membuatnya harus menanti. Karena ini manajemen mendapatkan tanggapan atau respon tentang hal tersebut. Hal ini menimbulkan pelanggan merasa ketidakpuasan pelayanan dalam belanja. Apabila kualitas pelayanan memenuhi standard kepuasan pelanggan maka pelanggan akan kembali berkunjung dan melakukan keputusan pembelian di PT International Hardware Indo. Hal ini bisa dilihat pada tabel data pelanggan yang berkunjung ke PT International Hardware Indo kian menurun.

Tabel 1. 1 Data Pelanggan PT International Hardware Indo

Bulan	2019	2020
Januari	59	44
Februari	30	19
Maret	26	31
April	31	36
Mei	43	13
Juni	48	50
Total	237	193

Sumber: PT International Hardware Indo, 2020



Gambar 1. 1 Grafik Data Pelanggan PT International Hardware Indo

Berdasar ilustrasi diatas dapat dinyatakan bahwa pelanggan PT International Hardware Indo ini telah mengalami penurunan. Bisa di lihat pada tahun 2019 bulan Januari memiliki pelanggan sebanyak 59 sedang di tahun 2020 pada bulan Januari memiliki pelanggan sebanyak 44, lalu di tahun 2019 pada Februari memiliki pelanggan sebanyak 30 sedangkan pada tahun 2020 pada bulan Februari memiliki pelanggan sebanyak 19, lalu di tahun 2019 di Maret memiliki pelanggan sebanyak 26 sedangkan ditahun 2020 di Maret memiliki pelanggan sebanyak 31, kemudian ditahun 2019 di April memiliki pelanggan sebanyak 31 sedangkan pada tahun 2020 pada bulan April memiliki pelanggan sebanyak 36, kemudian pada tahun 2019 pada bulan Mei memiliki pelanggan sebanyak 43 sedangkan pada tahun 2020 pada bulan Mei memiliki pelanggan sebanyak 13, kemudian pada tahun 2019 pada bulan Juni memiliki pelanggan sebanyak 48 sedangkan pada tahun 2020 pada bulan Juni memiliki pelanggan sebanyak 50. Sehingga bisa dikakulasikan pada tahun 2019 memiliki sebanyak 237 yang datang berbelanja, dan pada tahun 2020 menurun sebanyak 44 pelanggan atau sama dengan 18,57%, yaitu hanya sebanyak 193 pelanggan.

Hal ini pastinya jadi sebuah masalah yang wajib dihadapi oleh perseroan supaya masih bisa bertahan pada dunia industri ini. Data ini bisa di nilai menunjukkan sebuah interaksi antara pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang mereka dapatkan. Oleh karena itu perusahaan sangat dianjurkan untuk menelusuri lebih dalam, agar kualitas layanan yang diberi perseroan pada *customer* dapat meningkat ataupun menjadi lebih baik serta pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diberi. Pelanggan sangat berpengaruh besar atas keuntungan yang

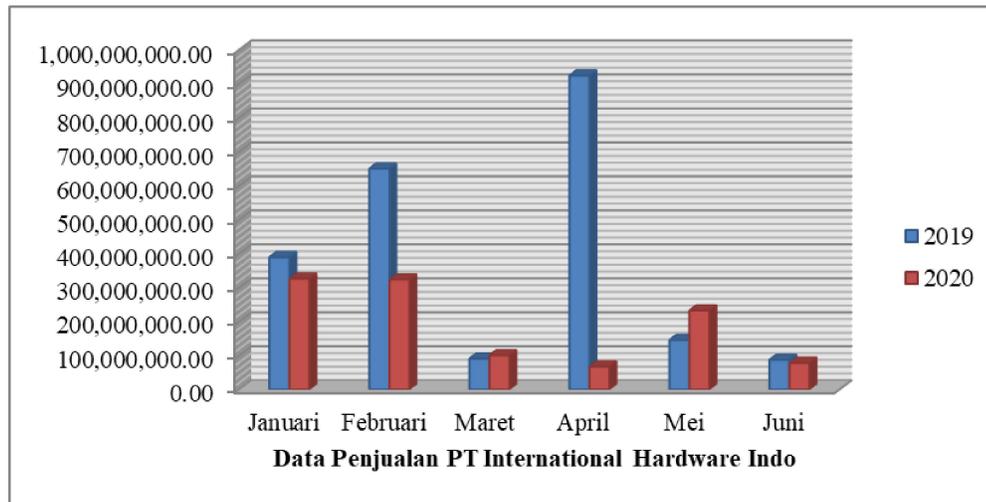
didapatkan oleh perusahaan, dimana jika terus berkurang pelanggan yang datang berbelanja maka akan semakin menurun pulak pendapatan yang akan diterima oleh perusahaan.

Tidak hanya kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi faktor pribadi juga termasuk kedalam kategori pelanggan dalam melakukan keputusan pembelian. Yang mana faktor pribadi sangat berpengaruh pada pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian, pelanggan tentunya mempunyai karakteristik sendiri pada saat ingin melakukan pembelian. Seperti pelanggan pada dirinya sendiri dasarnya mencintai barang yang dijual memiliki merek yang luas, tetapi PT International Hardware Indo kian tidak memiliki merek produk yang lengkap, sehingga membuat pelanggan menjadi malas atau tidak ingin melakukan pembelian pada perusahaan, hal ini membuat penjualan pada PT International Hardware Indo menurun. Masalah tersebut bisa ditinjau di tabel penjualan berikut.

Tabel 1. 2 Data Penjual PT International Hardware Indo

Bulan	2019	2020
Januari	Rp 389,003,581.29	Rp 326,000,010.00
Februari	Rp 649,583,000.00	Rp 323,259,100.00
Maret	Rp 90,582,352.00	Rp 100,259,900.00
April	Rp 923,352,000.00	Rp 67,253,426.00
Mei	Rp 145,223.025.00	Rp 232,256,200.00
Juni	Rp 87,025,000.00	Rp 78,300,000.00
Total	Rp 2,284,768,958.29	Rp 1,127,328,636.00

Sumber: PT International Hardware Indo, 2020



Gambar 1. 2 Grafik Data Penjualan PT International Hardware Indo

Berdasarkan representasi yang ada diatas bisa disimpulkan bahwa telah terjadi penurunan penjualan pada PT International Hardware Indo, yang mana pada tahun 2019 memiliki penjualan sebesar Rp2,284,768,958.29 sedangkan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar Rp1,157,440,322.29 atau sebesar 50.66%. Yang mana penurunan ini sudah sangat bermasalah terhadap ketahanan perusahaan, karena penurunan yang terjadi sebesar 50.66% yang mana telah mengalami penurunan sebesar setengah dari penjualan 2019. Entitas harus mempertimbangkan aspek ini bila ingin eksis.

Perusahaan sangat dihimbau untuk melakukan sikap yang cegat dalam menghadapi masalah ini, memahami faktor pribadi apa saja yang dirasakan oleh pelanggan yang menyebabkan mereka tidak ingin melakukan keputusan pembelian pada PT International Hardware Indo ini. Supaya penjualan pada perusahaan bisa stabil kembali seperti semulanya.

Keputusan pembelian ialah sebuah ketetapan sebab ketertarikan yang dirasa individu pada sebuah produk, serta hendak membeli, mencoba, memakai, ataupun

mempunyai produk itu. Di keputusan membeli barang, *customer* kerap kali terdapat lebih dari 2 pihak yang berkaitan diproses pertukaran ataupun pembeliannya. Tiap produsen pasti melaksanakan beragam strategi supaya *customer* guna membeli produknya. Keputusan pembelian ialah aksi dari *customer* guna ingin membeli ataupun tidak pada produk (Marlius, 2017).

Oleh karenanya berdasar penjabaran masalah. Maka pengkaji tertarik guna melaksanakan riset berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian pada PT International Hardware Indo di Kota Batam”**

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasar penguraian identifikasi masalah riset yakni :

1. Keluhan mutu layanan yang berkurang dalam melayani pelanggan.
2. Faktor pribadi yang terjadi pada individu pelanggan.
3. Minimnya keputusan pembelian pelanggan yang menyebabkan penjualan yang ada menurun.

1.3. Batasan Masalah

Pembatasan persoalan pada studi ini, yakni :

1. Objek yang diambil hanya customer PT International Hardware Indo yang terletak di Komplek Sakura Anpan Blok A No. 6, Lubuk Baja – Batam.
2. Kualitas pelayanan (X_1) serta Faktor Pribadi (X_2) selaku *independent variable* serta Keputusan Pembelian (Y) selaku *dependent variable*.

3. Populasi yang dimanfaatkan ialah customer yang membuat keputusan pembelian di 6 bulan terakhir.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasar uraian kondisi, rumusan masalah yakni :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Keputusan Pembelian pada PT International hardware Indo di Kota Batam?
2. Apakah Faktor Pribadi berpengaruh pada Keputusan Pembelian pada PT International hardware Indo di Kota Batam?
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Faktor Pribadi berpengaruh pada Keputusan Pembelian pada PT International hardware Indo di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun maksud riset guna mengidentifikasi :

1. Akibat mutu pelayanan pada Keputusan Pembelian PT International hardware Indo di Kota Batam
2. Dampak Faktor Pribadi pada Keputusan Pembelian PT International hardware Indo di Kota Batam
3. Dampak Kualitas Pelayanan serta Faktor Pribadi pada Keputusan Pembelian PT International hardware Indo di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Tisp studi yang dilaksanakan diharapkan bermanfaat untuk segenap pihak terkait maupun pembaca. Kegunaan studi ialah:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Riset diproyeksikan mampu dimanfaatkan bagi literatur di sektor ekonomi utamanya dibidang pemasaran guna menuntaskan permasalahan di perseroan.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Yaitu selaku literasi ataupun sumbangan pendapat bagi PT International hardware Indo guna menuntaskan persoalan itu.

2. Bagi Instansi

Hasil studi ini diharapkan mampu jadi referensi belajar maupun edukasi guna mahasiswa/i Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Guna sarana edukasi guna menambah wawasan dan mampu jadi material penimbangan selaku acuan guna peneliti dimasa mendatang.