

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, persaingan bisnis menjadi semakin dinamis, dan tidak pasti, menuntut para eksekutif perusahaan untuk berpikir inovatif agar dapat memberikan perbedaan dan keunggulan yang konstan atas para pesaingnya. Upaya yang dilakukan perusahaan untuk memenuhi apa yang diinginkan dan benar-benar dibutuhkan konsumen dengan menyediakan produk yang bermutu tinggi, pelayanan yang memuaskan dan profesional, serta harga yang terjangkau yang dapat bersaing, dengan tujuan untuk menanamkan rasa loyalitas pada pelanggan dan mengurangi keinginan untuk menggunakan produk lain yang sejenis, sehingga meningkatnya keputusan pembelian.

Faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian salah satunya adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian kesempurnaan agar keinginan pelanggan terpenuhi. Kualitas layanan merupakan faktor pendorong pelanggan untuk berkomitmen pada produk dan layanan perusahaan sehingga berdampak pada peningkatan pangsa pasar suatu produk. Kualitas layanan sangat penting dalam menjaga pelanggan untuk waktu yang lama. Perusahaan dengan pelayanan yang baik akan dapat memaksimalkan kinerja keuangan perusahaan (Hapzi Ali, 2017:263).

Dalam hal keputusan pembelian, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas pelayanan saja, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor

lain seperti kualitas produk. Perusahaan bertanggung jawab penuh akan tersedianya barang atau jasa dengan kualitas yang optimal disertai mutu yang unggul diantara barang atau jasa yang ditawarkan pesaingnya. Sebuah perusahaan juga diwajibkan untuk memiliki tingkat keterampilan yang mumpuni sehingga dapat memberikan penjelasan atas barang atau jasa yang ditawarkan kepada pembeli. Apabila saat ditelaah produk memiliki mutu dibawah ekspektasi konsumen, hal tersebut dapat menimbulkan rasa kecewa dan kurang puas pada pembeli (Govindo, 2021:2).

Keputusan pembelian adalah pembentukan referensi dari beberapa alternatif untuk membentuk niat untuk membeli produk yang diinginkan. Respon pembeli terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek produk, pilihan desain, dan juga saat pembelian dilakukan (Rizza Anggita & Hapzi Ali, 2017:262). Proses keputusan pembelian yang terdiri dari pengenalan masalah dimana mulainya pembeli adanya kebutuhan , pencarian informasi, evaluasi alternatif, dan keputusan pembelian (Aprilli Sugianto & Sarli Rahman, 2019:176).

Salah satu daya tarik bagi konsumen dalam pengambilan keputusan mengenai pembelian suatu barang dapat ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan serta daya guna dalam pemenuhan kebutuhan. Perusahaan diharuskan mampu dalam menawarkan produknya sesuai dengan spesifikasi yang disyaratkan oleh konsumen. Produk dengan kualitas yang baik dapat memberikan kepuasan bagi konsumen serta dapat mempengaruhi loyalitas atas produk yang ditawarkan (Marantika, 2020:113).

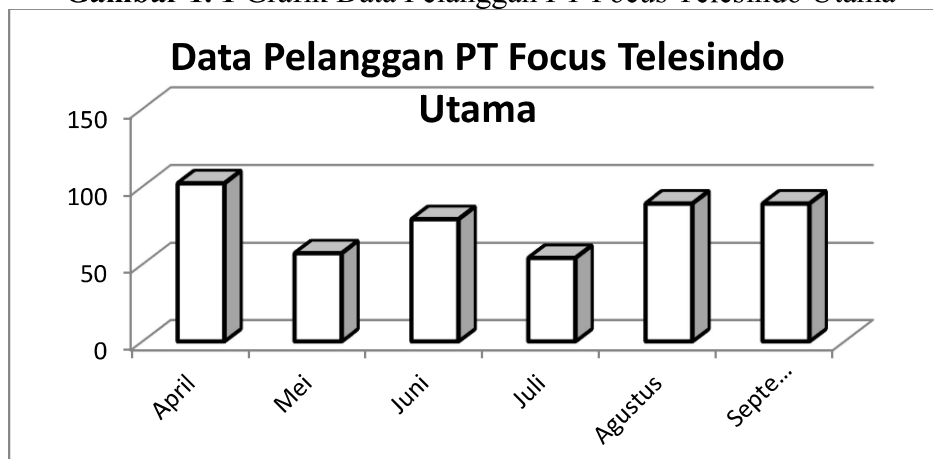
Bapak Then Woei Khiong mendirikan PT. Focusindo Group pada tahun 1990 sebagai perusahaan retail sederhana yang menjual handphone dan radio rig. Salah satu cabang perusahaan adalah PT Focus Telesindo Utama atau dipanggil *focus* didirikan pada awal tahun 2000 untuk melayani industri kelautan sebagai pemasok alat navigasi dan komunikasi laut. dan beralamat dikomplek bumi indah blok e no.3 dengan ruko lantai 3. PT Focus Telesindo Utama menyadari bahwa persaingan bisnis semakin ketat, sehingga selalu memberikan kepercayaan dan kesempatan kepada pelanggan untuk terus menghasilkan rasa yang memuaskan konsumen karena ini semua sangat penting dalam keputusan pembelian.

Permasalahan yang dialami pada PT Focus Telesindo Utama terkait kualitas pelayanan. Ketika pelanggan memesan barang *indent* dengan waktu pemesanan yang diberikan karyawan selama 1 (satu) minggu dan ternyata karyawan salah informasi ke pelanggan bahwa barang pesanan datang selama 3 (tiga) minggu. karena informasi diberikan tidak sesuai harapan. Pelayanan akan membuat pelanggan akan kecewa. Permasalahan yang dialami pada PT Focus Telesindo Utama terkait kualitas produk. ketika pelanggan sudah membeli produk dan ternyata ada kerusakan dalam unit atau cacat produk akan mengakibatkan keputusan pembelian produk akan menurun. Permasalahan yang dialami pada PT Focus Telesindo Utama terkait keputusan pembelian. Karena banyaknya saingan produk, karyawan memainkan harga dengan cara buka harga setinggi mungkin. Akan sangat pengaruh keputusan pelanggan untuk membeli. Berikut data jumlah pelanggan dikajikan dibulan April sampai September 2021.

Tabel 1. 1 Data Penjualan April 2021 – September 2021

No	Bulan	Total Pelanggan
1	April	102 Pelanggan
2	Mei	57 Pelanggan
3	Juni	79 Pelanggan
4	Juli	54 Pelanggan
5	Agustus	89 Pelanggan
6	September	89 Pelanggan
Total		470 Pelanggan

Sumber: Data Pelanggan PT Focus Telesindo Utama (2021)

Gambar 1. 1 Grafik Data Pelanggan PT Focus Telesindo Utama

Sumber: PT Focus Telesindo Utama (2021)

Berdasarkan tabel atau grafik diatas dapat diketahui bahwa jumlah pelanggan perusahaan sedang mengalami ketidakstabilan dibulan April - September 2021. Pada bulan April terdapat angka tertinggi dengan jumlah 102 pelanggan. Bulan Mei mengalami penurunan dengan jumlah 57 pelanggan. Seterusnya bulan Juni mengalami kenaikan dengan jumlah 79 pelanggan. Bulan Juli mengalami penurunan dengan jumlah 54 pelanggan. terakhir pada bulan

Agustus dan September mengalami kenaikan dengan jumlah yang sama ada 89 pelanggan. Dari tabel 1.1 bisa menyimpulkan bahwa karena ketidakstabilan hampir setiap bulannya terdapat keluhan konsumen mengenai ketidakramahan pelayanan dan Ketidakpuasan kualitas produk pada konsumen dimulainya dampak yang memungkinkan pelanggan tidak kembali lagi untuk pembelian ulang. Jika hal tersebut belum ditangani akan terjadi kerugian perusahaan dijangka panjang. Oleh karena itu, pihak manajemen PT Focus Telesindo Utama harus bisa memberikan kepercayaan dan keyakinan ke pelanggan supaya meningkatnya angka penjualan semakin membaik untuk kedepannya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI PT FOCUS TELESINDO UTAMA”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penjelasan masalah yang telah diuraikan, penulis dapat mendefinisikan sebagai berikut:

1. Terdapat keluhan konsumen mengenai ketidakramahan pelayanan.
2. Ketidakpuasan kualitas produk pada konsumen.
3. Kekurangan Pihak Perusahaan untuk memecahkan masalah.
4. Informasi diberikan tidak sesuai harapan.

1.3 Batasan Masalah

Penulis dapat membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penelitian memfokuskan objek sebagai responden hanya pada konsumen PT Focus Telesindo Utama terletak dikomplek bumi indah blok e no.3, Lubuk Baja – Batam.
2. Kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) selaku *independent variable* dan keputusan pembelian (Y) selaku *dependent variable*.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?
3. Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?

1.5 Tujuan Masalah

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. Focus Telesindo?

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil manfaat penelitian telah menguraikan baik secara teoritis maupun praktis

1.6.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini yang terkait kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruh keputusan pembelian akan bermanfaat di manajemen pemasaran. Menjadikan bahan kajian dan ilmu pengetahuan baik untuk peneliti, pembaca ataupun penelitian selanjutnya.

1.6.2 Aspek Praktis

1. Bagi PT Focus Telesindo Utama

Peneliti memberikan saran untuk meningkatkan keputusan pembelian, memperbaiki kualitas pelayanan sehingga guna bagi perusahaan.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Peneliti berpendapat, memberikan sumbangan dan menambah referensi berguna untuk mahasiswa/i peneliti selanjutnya.

3. Bagi Penulis

Peneliti mendapatkan ilmu serta meningkatkan pengetahuan soal keputusan pembelian yang ditinjau kualitas produk dan kualitas pelayanan.