

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa saat ini perkembangan usaha mengalami banyak perkembangan dan perubahan. Hal tersebut membuat perusahaan selalu melakukan inovasi dan juga memahami dan memperhatikan apa yang dibutuhkan konsumen. Dengan begitu, perusahaan akan berlomba untuk membuat produknya dipandang utama oleh konsumen. Suatu bisnis harus mempunyai pengalaman dalam membuat konsumen puas dengan mempersiapkan produk yang memiliki kualitas serta pelayanan yang bagus, sehingga membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk kita. Suatu usaha dapat bersaing merupakan hal yang baik dalam memperpanjang dan meningkatkan umur pada usaha (Amrullah et al., 2016)

Konsumen sangat memperhatikan kualitas pada suatu produk. Pelanggan selalu ingin memiliki produk yang berkualitas terbaik. Konsumen membeli produk merupakan produk yang dapat digunakan pada kehidupan sehari-hari, dengan begitu perusahaan harus memperhatikan kualitas pada produk yang dijualnya. Jika produk yang akan dijual itu mempunyai kualitas yang tinggi, dengan begitu memungkinkan bisa membuat keputusan pembelian dari pelanggan juga akan tinggi. Kualitas pada produk sangat penting dalam membuat konsumen melakukan pembelian kembali terhadap produk tersebut (Arham Djauharuddin et. al, 2020).

Selain dari kualitas produk, hal yang perlu diperhatikan pada keputusan pembelian konsumen yaitu dari segi kualitas pelayanan dari organisasi tersebut. Kualitas pelayanan termasuk faktor penting dimana jika produk yang organisasi jual memiliki kualitas yang tinggi, akan tetapi dari segi pelayanan sangat buruk, hal tersebut bisa membuat keputusan pembelian konsumen menjadi menurun. Konsumen yang mendapatkan pelayanan yang buruk akan berpindah ke tempat lain untuk membeli produk yang dibutuhkan dengan kualitas dan layanan yang lebih bagus. Dengan begitu keuntungan pada perusahaan akan menjadi menurun, dan dapat berakibatkan perusahaan untuk bangkrut (Arham Djauharuddin et. al, 2020)

Selain dari dua faktor yang sudah disebutkan, maka terdapat tindakan yang pelanggan lakukan sebelum membeli suatu barang yaitu keputusan pada pembelian. Perusahaan terus mencari cara untuk mempetahankan konsumennya untuk melakukan pembelian kembali terhadap produknya. Pelanggan dapat menentukan pembelian suatu jasa maupun barang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan mereka. Dalam menentukan pembelian pada suatu produk, pelanggan akan mempertimbangan kualitas pada produk serta layanan yang diberikan kepada mereka (Abadi & Herwin, 2019)

Jika pelanggan belum melakukan pembelian, pelanggan akan melalui banyak proses pembelian. Dengan kata lain, anda akan merasakan produk, mempelajari cara menggunakannya, membelinya, dan mengambil langkah

selanjutnya. Dengan demikian, perilaku pembelian seseorang pelanggan merupakan hasil akhir dari beberapa produk atau pilihan yang ganda ada dalam perilaku pembelian yang sebenarnya.

PT Citra Mandiri Distribusindo merupakan organisasi yang berjalan dalam bidang distributor produk *snacks* atau makanan ringan, baterai, sabun, beras, pemantik, kosmetik dan lainnya. Perusahaan dibentuk saat awal tahun 2014 dengan total pegawai saat ini 110 orang yang di lokasi tunas industrial *estate* blok c, belian, kec. Batam kota.

PT Citra Mandiri Distribusindo mempunyai gedung dengan status punya sendiri dan berguna untuk kantor sekaligus gudang dengan memiliki luas daerah 2000 m², kemudian pengantaran barang ke toko atau supermarket sejumlah 6 unit kendaraan lori dan 2 motor roda tiga. PT Citra Mandiri Distribusindo mempunyai fungsi penting sebagai perantara dari vendor atau pabrik dengan market yang serupa supaya barang itu bisa dijualkan di seluruh masyarakat dan juga akan dikenal sama masyarakat luas. Wilayah yang dipasarkan ialah di kota Batam.

Kualitas produk begitu pengaruh pada pertimbangan dari pelanggan. Jika pendistribusian barang mempunyai kualitas yang tidak baik dengan ini akan berpengaruh pada keputusan pelanggan agar menjauhi barang dan tidak akan dipakaikan. Kualitas pada produk yang dipasarkan oleh PT. Citra Mandiri Distribusindo tergolong rendah, dengan ini dikarenakan produk yang kemasannya dikirim mengalami kerusakan, pengiriman produk telah sedikit melempem, atau

pengiriman barang telah dekat dari tanggal kadaluarsa dan juga sering berketu. Sehingga sering mengalami kejadian banyaknya aduan dari pelanggan kepada organisasi. Pelanggan yang komplain banyak dapat membuat pendapatan pada PT Citra Mandiri Distribusindo terjadi masalah. Penjualan pada PT Citra Mandiri Distribusindo juga tidak sebanding bahkan saat tahun 2020 terjadi penurunan.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Citra Mandiri Distribusindo Tahun 2018-2020

No	Nama Produk (kg)	2018 (Bks)	2019 (Bks)	2020 (Bks)
1	Beras Organik Life Merah (2kg)	8.643	9.306	8.946
2	Beras Organik Life Setra Ramos (2kg)	7.920	8.662	8.246
3	Beras Organik Life Wangi (2kg)	7.806	8.283	7.982
4	Beras Lautanmas Jasmine (5kg)	3.486	3.792	3.528
5	Beras Lautanmas Jasmine (10kg)	2.186	2.448	2.209
6	Beras Koshihikari jepang (2kg)	4.069	4.588	4.302
7	Beras Koshihikari jepang (5kg)	5.421	5.895	5.638
8	Beras Leon Thai (5kg)	2.368	2.706	2.483
Total		41.899	45.680	43,334

Sumber : PT Citra Mandiri Distribusindo, 2021.

Bisa kita lihat di tabel 1.1 memperlihatkan bahwa penjualan yang ada di PT Citra Mandiri Distribusindo tahun 2018 memiliki seluruh penjualan sejumlah 41.899, tahun 2019 terjadi kenaikan sejumlah 45.680, setelah itu tahun 2020 terjadi penurunan sejumlah 43.334. Dengan ini memperhatikan bahwa kualitas yang baik pada suatu produk akan membagikan sejumlah penjualan bisa mengalami peningkatan dan sebaliknya kualitas produk yang jelek bisa

memperlihatkan sejumlah penjualan akan terjadi penurunan.

Supaya memahami kualitas produk dari PT Citra Mandiri Distribusindo bisa diperlihatkan pada sejumlah produk *reject* atau barang yang di balikin pada pelanggan ke PT Citra Mandiri Distribusindo. Data-data produk *reject* yang diperlihatkan dari bawah tabel ini.

Tabel 1.2. Data Kualitas Produk PT Citra Mandiri Distribusindo

Tahun	Jumlah Produk yang <i>Reject</i> (pcs)
2018	360
2019	350
2020	380

Sumber : PT Citra Mandiri Distribusindo, 2021.

Sesuai pada tabel 1.2, bisa diperlihatkan, total barang *reject* yang di kembalikan pelanggan ke PT Citra Mandiri Distribusindo yang totalnya bisa dikatakan lumayan tinggi. Dalam tahun 2018 total barang yang di-*reject* pada kualitas produk sejumlah 360 bks, dalam tahun 2019 total barang yang di-*reject* pada kualitas produk sejumlah 350 bks, setelah itu tahun 2020 total barang yang di-*reject* pada kualitas produk sejumlah 380 bks. Data-data yang memperlihatkan bahwa kualitas pada produk mengalami penurunan dikarenakan jumlah barang *reject* mengalami kenaikan. Dengan ini bisa diperhatikan pada tahun 2020 total terjadi kenaikan pada barang *reject*.

Kualitas layanan yang ada di PT Citra Mandiri Distribusindo masih dikatakan rendah, dengan ini bisa dilihat pada banyaknya pelanggan yang komplain ke organisasi, misalnya masalah pada saat terlambat mengantarkan produk yang membuat pelanggan menunggu, kemudian sering terjadi pemberian

informasi yang telat dan membuat pelanggan merasakan kecewa dikarenakan pelanggan sudah memesan, akan tetapi produknya tidak tersedia dan pelanggan harus menunggu produk itu datang lagi, dan juga sering terjadi kesalahan saat mengantarkan produk yang membuat pelanggan komplain dikarenakan barang yang diantarkan tidak sesuai dari yang sudah dipesankan oleh pelanggan itu. Dibawah ini bisa dilihat data-data kualitas layanan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.3. Data Kualitas Pelayanan PT Citra Mandiri Distribusindo

Tahun	Jumlah Komplain				Total
	kemasan	Pengantaran	Info Stock	Salah antar produk	
2018	25	36	23	38	122
2019	23	35	19	26	103
2020	30	28	26	40	124

Sumber: PT. Citra Mandiri Distribusindo, 2021.

Sesuai pada tabel 1.3, memperlihatkan, terdapat empat kategori komplain yang dilaksanakan pelanggan ialah komplain tentang kemasan, informasi stock, pengantaran dan terjadi salah mengantar barang. Dalam tahun 2018 saat kemasan yang rusak dan berketu sejumlah 25 komplain, pengantaran sejumlah 36 komplain, informasi stock sejumlah 23 komplain dan kesalahan mengantar barang sejumlah 38 komplain oleh sebab itu total seluruh dalam tahun 2018 sejumlah 122 komplain. Lalu dalam tahun 2019 pada kemasan yang rusak dan berketu sebanyak 23 komplain, pengantaran sebanyak 35 komplain, informasi stock sejumlah 19 komplain dan kesalahan mengantar barang sejumlah 26 komplain oleh sebab itu total seluruh dalam tahun 2019 sejumlah 103 komplain artinya pada tahun 2019 terjadi penurunan pada komplain konsumen dikarenakan

pihak perusahaan melaksanakan penataan sampai saat tahun 2019 komplain terjadi penurunan yang termasuk suatu peristiwa baik untuk organisasi. Saat tahun 2020 jumlah komplain dari pelanggan meningkat dengan komplain pada kemasan yang rusak dan berketu sejumlah 30 komplain, pengantaran sejumlah 28 komplain, informasi stock sejumlah 26 komplain dan kesalahan pengantaran barang sejumlah 40 komplain oleh sebab itu total seluruh sejumlah 124 komplain. Dengan ini bisa diperlihatkan bahwa keputusan pembelian pada seseorang bisa dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Semakin baik kualitas layanan bisa membentuk semakin sedikit total komplain dari pelanggan dan sebaliknya, dengan diberikan kualitas layanan yang semakin buruknya oleh sebab itu semakin banyak total komplain pelanggan dan pelanggan bisa jadi berpindah membeli produk itu ke lokasi yang lain.

Dengan kualitas produk yang rendah dari PT Citra Mandiri Distribusindo serta layanan yang dibagikan masih kurang dari PT Citra Mandiri Distribusindo bisa membuat penurunan keputusan pembelian yang bisa membuat pelanggan itu berpindah ke tempat lain yang mempunyai produk yang serupa, atau bahkan melaksanakan pendapat dari calon pelanggan yang akan dijadikan pelanggan dari organisasi supaya tidak melaksanakan transaksi pada organisasi, oleh sebab itu bisa membuat kerugian kepada PT Citra Mandiri Distribusindo.

Sesuai penjelasan latar belakang diatas, dengan ini peneliti sangat berminat untuk melaksanakan riset ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai pada permasalahan dijelaskan pada latar belakang diatas, maka dapat identifikasi permasalahan antara lain:

1. Kualitas produk masih sering terdapat bocor dan berketu pada kemasan bisa dilihat dari produk yang sudah di *reject* pelanggan.
2. Kualitas layanan sering mengalami masalah pada informasi stok maupun pengantaran yang bisa diamati dari total komplain pelanggan.
3. Menurunnya keputusan pembelian pada kualitas produk dan kualitas layanan yang disediakan.

1.3 Batasan Masalah

Riset ini mempunyai batasan permasalahan yang sudah dibatasi pada peneliti antara lain:

1. Riset akan dilakukan di PT Citra Mandiri Distribusindo.
2. Penelitian dilaksanakan kepada konsumen PT Citra Mandiri Distribusindo.
3. Objek pada riset ini ialah pelanggan dari PT Citra Mandiri Distribusindo.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai yang ada pada latar belakang yang sebelumnya sudah dijelaskan, dengan ini permasalahan pada riset ini ialah:

1. Apakah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo ?
2. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo ?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari pengertian yang sudah dijelaskan di latar belakang, dengan riset ini mempunyai tujuan yang bisa dirincikan yaitu, antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Citra Mandiri Distribusindo.

1.6 Manfaat Penelitian

Riset ini diharapkan dapat membagikan manfaat ke seluruh orang baik itu bagi perusahaan, peneliti sendiri, ataupun kampus. Dibawah ini manfaat dari riset ini ialah:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Supaya menerapkan teori yang didapatkan dari peneliti dan dapat memberikan dukungan pada variabel sebelumnya yang telah ditinjau dengan harapan pengetahuan dan wawasan dapat meningkat.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi organisasi, bisa dijadikan sebagai bahan analisis bagi organisasi supaya kualitas produk dan kualitas pelayanan bisa meningkat oleh sebab itu tidak tertinggal oleh pesaing lain dan membuat pelanggan menjual produk yang berkualitas dan merasakan lebih senang oleh sebab itu pelanggan tidak meraksakan kekecewaan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk penambahan referensi dan wawasan untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi akademis, peneliti ini diduga dapat dijadikan bahan perbandingan dan rujukan untuk para peneliti saat melaksanakan riset dengan judul penelitian yang sama di kemudian hari.