

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang ingin bersaing di dalam industri baik itu manufaktur ataupun jasa maka perlu memperhatikan dan mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Apabila perusahaan mampu untuk mempertahankan pangsa pasarnya tentu tidaklah mudah karena harus melalui persaingan yang unggul. Dalam hal ini maka pihak perusahaan perlu memperhatikan keunikan dari produk tersebut, dalam hal ini produknya perlu dipertahankan ataupun meningkatkan untuk mampu bersaing di pangsa pasar maka perusahaan harus mempunyai dalam keilmuan pemasaran. Pernyataan ini dukung oleh (Jeany, 2020). Juga di dukung oleh oleh (Suhatman et al., 2020) yang menyatakan bahwa dengan menjaga kualitas produk maupun kualitas layanan tentu hal ini akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan transaksi.

Saat ini masyarakat lebih memilih belanja *online shop* apalagi atau khususnya pada saat pandemi di mana adanya pelaksanaan PPKM oleh pemerintah karena apabila adanya pelanggaran masyarakat berkerumunan atau warga berkerumunan maka akan diberikan sanksi atau dibubarkan oleh pemerintah atau pihak terkait. tersebut. (Arofah&Prabowo, 2017). Perlunya memperhatikan kualitas produk yang di tawarkan kepada konsumen, memperhatikan mutu daripada sebuah produknya dan hal ini tentu bisa mempengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan terhadap produk yang kita tawarkan. (Ely, 2021) yang mengatakan bahwa perlunya memperhatikan juga

kualitas produk yang kita tawarkan kepada konsumen atau pelanggan.

Dengan memperhatikan atau adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *online shop* kepada konsumen melalui penawaran- penawaran tertentu atau ramah/fast respon ketika konsumen saat berbelanja *online shop* yang sudah merupakan bagian kualitas pelayanan. konsumen yang akan berbelanja ketika ingin bertanya baik produk kita yang langsung menjelaskan tidak menunggu lama, maka konsumen merasa bahwa kita benar-benar siap sedia untuk setiap pertanyaan konsumen dan tidak ada paksaan terhadap konsumen untuk membeli produk kita tersebut. Walaupun penjualnya secara online kita bisa memberikan mendeskripsikan apa saja yang menjadi kelebihan daripada produk kita kepada konsumen tentunya dengan menggunakan bahasa yang santun, Supaya konsumen berminat untuk membeli produk kita. Pertanyaan ini di dukung oleh (Kasmir, 2017) yang mengatakan bahwa konsumen atau pelanggan akan berminat membeli produk atau jasa *online shop* dengan kualitas pelayanan yang baik. Dengan menawarkan produk kita kepada konsumen, dalam hal ini kita sudah mempromosikan dengan kita memberikan secara detail dan kelebihan dari produk kita. Konsumen kita yang tadinya tidak ada niatnya untuk membelinya , maka dia akan membeli produk tersebut. pernyataan ini dukung oleh (Brahim Eli Nur. Muh, 2021) yang menyatakan bahwa promosi itu saat penting dalam *online shop* agar konsumen mengetahui produk yang kita pasarkan di media sosial seperti shoppee, tokopedia dan lain-lain dan juga kita dapat memperkenalkan produk kita seperti apa agar konsumen berniat untuk produk kita.

Sebelumnya untuk merencanakan sebuah pemasaran di toko *Online shop* perlu kita melakukan mengidentifikasi konsumen, atau sasaran dan proses keputusan konsumen atau pelanggan yang ingin berbelanja produk di *Online shop* tersebut.(Indrasari Meithiana, 2019)

Toko Time Universe Studio sejak tanggal 20 maret 2018. Toko Time universe studio yang merupakan lembaga yang bergerak di bidang kewirausahaan yang beralamat di Nagoya Hill Mall Batam LT.1(FS8-5).

Berdasarkan di atas terdapat beberapa kualitas produk yang tidak memuaskan dari pelanggan yaitu: adanya barang yang tidak sampai dan tidak sesuai pesanan, kemudian Toko Online Time universe studio yang kurang menanggapi dan sistem refund yang tidak boleh di kembalikan, lalu ada juga barang yang sudah kosong atau tidak ada barang lagi tidak di hapuskan di sistem. Dengan ada permasalahan seperti ini maka pihak Toko Online Time universe studio harus juga memperbaiki bagaimana hal-hal tersebut tidak akan terjadi lagi, apabila permasalahan ini dapat di selesai maka akan banyak pelanggan yang akan membeli lagi di toko online time universe studio.

Selain masalah kualitas produk, pelayanan yang tidak memuaskan pada konsumen, dengan tidak adanya untuk pengiriman yang cepat, juga pelayanannya tidak fast response maka konsumen juga malas membeli produknya tersebut, kemudian konsumen kecewa karena layanan yang diberikan kepada konsumen tidak sopan atau tidak baik yang dilakukan oleh toko online time universe studio.

Sedangkan juga mempunyai masalah promosi bahwa tidak adanya promosi iklan di sosial media yang dilakukan oleh toko online time universe

studio, sedangkan sudah di iklan sedangkan tidak ada efek samping terhadap penjualan dan iklan juga tidak membuat penjualan meningkatkan omset, dan mungkin promosi yang ditawarkan kepada pelanggan tidak menyadari promosi yang diberikan dari toko online time universe studio akan menguntungkan tersebut.

Berdasarkan data yang di peroleh dari Toko Time universe studio mengalami penurunan pendapatan saat pandemi.

Tabel 1.1 Penurunan pendapatan periode 2018 s/d 2021

Tahun	Target penjualan	Realisasi penjualan	Presentase tercapaian Target %
2018	50 unit	25 unit	50%
2019	46 unit	20 unit	43,4%
2020	42 unit	19 unit	42,2%
2021	45 unit	19 unit	45,2%

Sumber : Toko online Time universe studio

Berdasarkan table 1.1 di atas terlihat bahwa perkembangan penjualan tas online di Toko *Online time universe studio* mengalami turun atau naik. Pada tahun 2018, dimana target penjualan tas online adalah 50 unit, namun hanya terealisasi sebanyak 25 unit atau serta dengan 50%, pada tahun 2019 Toko *Online time universe studio* telah menurun penjualan sebanyak 46 unit, namun yang telah terealisasi sebanyak 20 unit atau serta dengan 43,4%, pada tahun selanjutnya di tahun 2020 Toko *Online time universe studio* masih terdapat penjualan penurunan penjualan sebanyak 42 unit, namun yang terealisasi sebanyak 19 unit serta dengan 42,2%, sedangkan pada tahun 2021 Toko *Online time universe studio* telah meningkat target penjualan sebanyak 45 unit, namun yang terealisasi juga meningkat sebanyak 35 unit dan serta dengan 45,2%. Inilah penurunan dan

penaikan di beberapa tahun tersebut.

Maka dari itu, seorang peneliti yang tertarik untuk membuah sebuah judul penelitian kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian topik yang di angkat berjudul: **“Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi Terhadap keputusan pembelian di Toko Online Time universe Studio”**.

1.2 Identifikasi masalah

1. Kualitas produk yang tidak memuaskan dikarenakan tidak sesuai pesanan konsumen atau pelanggan.
2. Kualitas pelayanan yang kurang bagus dan kurang sopan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen atau pelanggan.
3. Kurangnya iklan atau brosur sehingga konsumen atau pelanggan tidak mengetahui produk apa yang kita pasarkan.
4. Kurangnya kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toko Online Time Universe Studio yang membuat produk tidak diminati oleh konsumen atau pelanggan.

1.3 Batasan masalah

1. Objek penelitian merupakan Toko Online Time Universe studio di Nagoya Hill Shopping Mall Batam.
2. Permasalahan yang akan dibahas dapat mencakup Kualitas produk, Kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel pada penelitian hanya mengenai kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan Promosi (X3) yang merupakan sebuah variabel

independen pada keputusan pembelian (Y) yang merupakan sebuah variabel dependen.

1.4 Rumusan masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko *Online Time universe studio*.
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko *Online Time universe studio*.
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko *Online Time universe studio*.
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko *Online Time universe studio*.

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Online Time Universe studio.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Online Time universe studio.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Toko *Online Time universe studio*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Online Time universe studio.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Manfaat teoritis

Penelitian ini juga dapat diharapkan mampu memberi manfaat, ilmu pengetahuan serta wawasan yang ada di bidang ilmu pemasaran dapat di sajikan oleh seorang peneliti pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tersebut.

1.6.2 Manfaat praktisi

Di dalam sebuah penelitian terdapat beberapa macam manfaat praktisi terdiri dari yaitu:

1. Bagi peneliti

Menjelaskan bahwa adanya seorang peneliti memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai adanya penelitian.

2. Peneliti selanjutnya

Adanya sebuah referensi yang dapat kita teliti sebelumnya oleh peneliti selanjutnya yang dapat di pelajari sebuah penelitian proposal yang akan di teliti apakah adanya kekurangan atau kelebihan dalam sebuah skripsi.

3. Bagi Toko *Online Time universe studio*

Di harapkan oleh sebuah penelitian yang memberikan masukan bagi Toko online time universe studio untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen atau pelanggan.

4. Universitas putera batam

Di kampus universitas putera batam telah membimbing mahasiswa yang memiliki sebuah bakat dan potensi dalam mengembangkan sebuah skripsi yang akan diteliti. agar mahasiswa dapat menyelesaikan tugas skripsi dan lulus S1 mendapatkan gelar dan presentasi yang baik.