BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dewasa ini, dunia sudah memasuki era globalisasi yang berdampak besar dalam dunia bisnis. Salah satu dampaknya adalah terbukanya pasar internasional. Hal ini pun menyebabkan persaingan ketat antar perusahaan-perusahaan untuk merebut pangsa pasar. Maka perusahaan pun perlu memperhatikan faktor-faktor seperti kualitas pelayanan dan harga yang diberikan agar dapat tetap bersaing dalam kompetisi pasar yang demikian ketat.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2014: 27) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan relasi yang kuat dengan pelanggan agar menangkap kembali nilai dari pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan pun perlu meningkatkan kualitas pelayanannya. Jika kualitas pelayanan ditingkatkan, dapat terjalin suatu hubungan erat dengan konsumen yang kemudian akan menambah loyalitas konsumen. Hal ini dapat dijadikan menjadi suatu senjata bagi perusahaan untuk tampak unggul dari pesaing lainnya khususnya di dalam kondisi pasar yang kompetitif. Apabila kualitas pelayanan sudah berkualitas, dapatlah timbul *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut. Hal ini dapat bersifat positif yaitu

pelanggan yang merekomendasikan produk perusahaan ke teman atau keluarganya. Jika kualitas pelayanan kurang baik pun maka pelanggan dapat memperingatkan teman atau keluarganya agar tidak memakai produk perusahaan. Tentunya kondisi seperti itu akan mencemar atau merusak nama baik dan reputasi perusahaan.

Menurut (Tjiptono, 2012: 157) kualitas pelayanan merupakan masalah penting untuk semua perusahaan tanpa memedulikan jenis barang yang diproduksi. Pada dasarnya kualitas pelayanan adalah seberapa baik tingkat pelayanan yang disampaikan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Harga juga merupakan variabel penting dalam suatu keputusan pembelian seorang konsumen. Di dalam pasar yang sensitif harga (*price sensitive market*), jika harga yang ditawarkan dianggap terlalu mahal atau tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka konsumen pun akan beralih ke alternatif lainnya yang lebih murah atau terjangkau.

Penetapan harga secara baik, jujur dan adil juga akan berdampak baik terhadap perputaran barang. Hal itu penting untuk diperhatikan perusahaan mengingat produk yang dijual berupa buah-buahan segar yang bersifat *perishable* (merusak/membusuk) dengan umur simpan yang terbatas. Jika perputaran barang terhambat penjualannya karena penetapan harga yang terlalu tinggi akan menyebabkan kerugian pada perusahaan bagi tiap produk yang tidak terjual sebelum masa kadaluarsanya.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2012: 314) menyatakan bahwa untuk memperoleh sebuah produk atau jasa, haruslah diperlukan pengorbanan yang

berupa sejumlah uang atau nilai yang disampaikan oleh pelanggan agar dapat memperoleh produk atau jasa tersebut yaitu harga.

Menurut (Ferrel & Hartline, 2011: 154) menyatakan bahwa proses pembelian konsumen digambarkan melalui lima tahap aktivitas dimana konsumen mungkin melakukan pembelian barang dan jasa. Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan konsumen lalu berlanjut kepada tahap pencarian informasi, mengevaluasi pilihan alternatif, keputusan pembelian, dan yang terakhir evaluasi pasca-pembelian.

PT Segar Prima Jaya adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi khususnya pengimporan buah-buahan segar ke Batam. PT Segar Prima Jaya memiliki peran penting sebagai perantara dari eksportir dengan konsumen untuk memenuhi permintaan konsumen akan buah-buahan impor yang segar dan berkualitas.

Seiring pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia, permintaan akan buah-buahan segar pun meningkat. Termasuk juga di dalamnya buah-buahan segar yang karena keterbatasan musim dan kondisi yang menyebabkan buah-buahan tersebut tidak dapat dibudidayakan di Indonesia sehingga harus dilakukan impor terhadap buah-buahan segar tersebut dari luar negeri.

Hal ini pun kemudian disebabkan juga oleh karena kebanyakan kualitas produk buah-buahan dari luar negeri berkualitas lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas produk buah-buahan lokal. Contohnya adalah pasar apel di Indonesia pun didominasi oleh buah-buahan yang diimpor dari luar negeri karena apel impor

dinilai rasanya lebih enak dengan bentuk penampilan yang lebih menarik sehingga produk apel lokal pun kalah bersaing dengan produk impor tersebut.

Banyak juga permintaan akan buah-buahan impor lainnya seperti jeruk, durian, buah naga, anggur, pir dan lain-lain. PT Segar Prima Jaya pun berperan sebagai distributor buah-buahan tersebut ke dalam Indonesia.

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh PT Segar Prima Jaya adalah:

- 1) Memfasilitasi *update* harga terbaru setiap hari dan memberi informasi akan pergerakan harga kedepan kepada *customer*.
- 2) Fasilitas piutang dagang kepada setiap *customer* sesuai dengan penilaian *limit* dari perusahaan.
- 3) Mengutamakan kepentingan pelanggan sehingga produk tersedia setiap saat.

Tabel 1.1 Data Kualitas Pelayanan PT Segar Prima Jaya

Tahun	Jumlah Komplain	Pembelian PT Segar Prima Jaya (Per Kontainer)
2017	134	104
2016	101	93
2015	112	87
2014	125	90
2013	98	81

Sumber: PT Segar Prima Jaya

Terlihat dari tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2013 jumlah komplain sebesar 98, tahun 2014 jumlah komplain sebesar 125, tahun 2015 jumlah komplain sebesar 112, tahun 2016 jumlah komplain sebesar 101, tahun 2017 jumlah komplain sebesar 134. Data ini menunjukkan bahwa terdapat

fluktuasi naik turunnya jumlah komplain pelanggan. Ini berarti variabel kualitas pelayanan layak untuk diteliti.

Hal yang sama juga dialami oleh jumlah pembelian PT Segar Prima Jaya yang ditunjukkan oleh tabel diatas, terdapat fluktuasi naik turunnya jumlah pembelian. Ini berarti variabel keputusan pembelian juga layak untuk diteliti.

Tabel 1.2 Data Harga Produk PT Segar Prima Jaya

Jenis Buah	Harga PT Segar Prima Jaya (Per Kg)	Harga PT Frozen King Mulia (Per Kg)
Apel Fuji Premium	Rp. 49.000	Rp. 47.000
Buah Naga (<i>Dragon Fruit</i>)	Rp. 27.500	Rp. 25.000
Jeruk (<i>Murcot Australia</i>)	Rp. 39.500	Rp. 37.500
Apel (<i>Granny Smith</i>)	Rp. 38.000	Rp. 35.000
Anggur Hitam (<i>Autumn Royal</i>)	Rp. 85.000	Rp. 80.000

Sumber: PT Segar Prima Jaya

Terlihat dari tabel 1.2 diatas terdapat harga per kilogram beberapa jenis buah yang dijual oleh PT Segar Prima Jaya dan kompetitor nya PT Frozen King Mulia. Terbukti bahwa harga PT Segar Prima Jaya lebih mahal dibanding dengan harga yang ditawarkan kompetitor. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan untuk beralih ke kompetitor yang harga nya lebih murah.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti pun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya**"

1.2. Identifikasi Masalah

Jika kualitas pelayanan dan harga kurang memadai bagi konsumen, maka konsumen akan pergi ke tempat lain karena kompetisi pasar yang ketat. Maka untuk segi kualitas pelayanan dan harga harus diberi perhatian lebih agar dapat mempertahankan kesetiaan pelanggan.

Identifikasi masalahnya adalah sebagai berikut:

- 1) Konsumen kecewa terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan PT Segar Prima Jaya yang kurang ramah dan sopan.
- 2) Konsumen merasa harga yang ditawarkan PT Segar Prima Jaya lebih mahal daripada harga yang ditawarkan oleh tempat lain.
- 3) Jumlah pembelian yang menurun karena kualitas pelayanan yang kurang memuaskan dan harga yang dianggap lebih mahal.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah pelanggan PT Segar Prima Jaya yang melakukan pembelian minimal dua kali pada periode Bulan Oktober tahun 2018.

1.4. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?

3. Apakah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya.
- 2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya.
- 3) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT Segar Prima Jaya.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memberi manfaat bagi dunia pendidikan dan dapat dijadikan sebagai referensi dan panduan bagi penelitian berikutnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

- 1) Bagi PT Segar Prima Jaya

Sebagai bahan masukan bagi PT Segar Prima Jaya dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan harga sehingga dapat melakukan perbaikan kembali.

2) Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai bahan referensi dan panduan untuk mahasiswa Universitas Putera Batam.