

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era zaman yang serba canggih, perkembangan dunia industri di Indonesia semakin maju dan kompetitif. Sehingga terjadinya rivalitas yang sangat erat yang membuat perusahaan terus berusaha dan berjuang untuk mempertahankan keberadaannya di pasar agar tetap dapat diterima oleh konsumen. Setiap perusahaan selalu berusaha mempertahankan keberlangsungan hidup mereka dengan cara terus berinovasi. Dimana perusahaan yang bergerak dalam bidang *supply* (dagang) termasuk kedalam salah satu perusahaan yang memiliki rivalitas yang sangat erat. Perusahaan perlu untuk dapat menghasilkan dan memberikan suatu nilai untuk mengisi kebutuhan pasar yang menguntungkan (Darmanto & Wardaya, 2016:2).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih PT Ng Tech Supplies sebagai objek penelitian. PT Ng Tech Supplies merupakan sebuah perusahaan yang berlokasi pada Komplek Sakura Anpan Blok C No. 6, Lubuk Baja 1, Batam. PT Ng Tech Supplies didirikan sejak tahun 2000 yang bergerak dalam *supplier manufacturing*. PT Ng Tech Supplies meng*supply* produk dari luar negeri seperti mesin denjet dan maximator yang biasanya digunakan pada mesin – mesin kapal, CKD dan nachi yang biasanya digunakan untuk alat mata bor. PT Ng Tech Supplies meng*supply* produk ini dari Kota Singapura. Memastikan kualitas yang ada dalam perusahaan pun menjadi salah satu misi dan prioritas PT Ng Tech Supplies. Manajemen dan para karyawan pun berusaha sepenuhnya untuk dapat memuaskan pelanggan dengan

kualitas layanan yang baik. Sehingga nama PT Ng Tech Supplies tidak akan memudar di mata pelanggan atau masyarakat dan pasar.

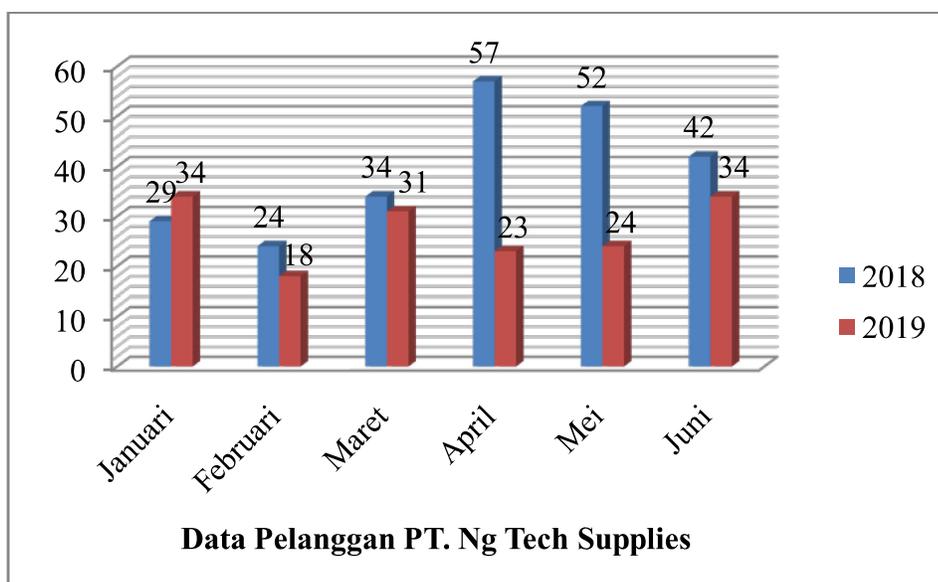
Kualitas pelayanan termasuk kedalam salah satu aspek yang mempengaruhi pelanggan saat mengambil keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang ada pada PT Ng Tech Supplies kian sangat menurun dalam menghadapi dan melayani pelanggan. Seiring berjalannya waktu seharusnya pelayanan yang dimiliki PT Ng Tech Supplies harus berkembang bukan sebaliknya. Kadang kala *Customer Services* pada PT Ng Tech Supplies bersifat acuh tidak acuh kepada pelanggan yang datang untuk berbelanja. Seperti pada saat ada pelanggan yang masuk kedalam toko untuk belanja, *customer service* tidak dengan sigap untuk melayani pelanggan tersebut, dan membiarkan pelanggan menunggu disana. Sehingga manajemen pun mendapat tanggapan atau respon dari *customer* bahwa pelayanan yang ada dalam perusahaan kami sangat kurang. Hal tersebut yang dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dalam berbelanja. Oleh karena itulah kualitas pelayanan yang ada di PT Ng Tech Supplies perlu untuk dikembangkan sehingga mendapatkan nilai tambah dimata masyarakat atau pelanggan.

Pelanggan pun akan bersenang hati untuk kembali lagi melakukan keputusan pembelian di PT Ng Tech Supplies apabila kualitas layanan yang perusahaan berikan dapat memenuhi standar kepuasan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian. Pelayanan yang diberikan oleh PT Ng Tech Supplies terus terjadi penurunan setiap tahun. Bisa diperhatikan dibawah ini:

Tabel 1.1 Data Pelanggan PT Ng Tech Supplies

Bulan	2018	2019
Januari	29	34
Februari	24	18
Maret	34	31
April	57	23
Mei	52	24
Juni	42	34
Total	238	164

Sumber: PT Ng Tech Supplies, 2019

**Gambar 1.1** Grafik Data Pelanggan PT Ng Tech Supplies

Berdasarkan data tabel dan grafik diatas membuktikan bahwa pelanggan pada PT Ng Tech Supplies mengalami penurunan. Pada tahun 2018 sebanyak 238 *customer walk in* sedangkan pada tahun 2019 sebanyak 164 *customer walk in*. Terjadi penurunan yang dialami oleh PT Ng Tech Supplies sebesar 31.09%. Hal tersebut tentunya menjadi suatu masalah dalam perusahaan untuk bertahan dalam dunia industri ini. Data tersebut menunjukkan suatu interaksi pelanggan dalam melakukan transaksi pembelian cenderung lebih tidak bisa diprediksikan. Salah satu faktor yang

menyebabkan penurunan pelanggan yang berkunjung yaitu kualitas pelayanan yang dibubuhkan oleh perusahaan kepada pelanggan yang tidak mencukupi standar keinginan pelanggan.

Hal tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam menganalisa keluhan atau tanggapan pelanggan seperti keramahan dalam pelayanan. Menyadari pentingnya peran konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang dapat memberikan keuntungan pada perusahaan, maka perusahaan sangat dihibungkan untuk berupaya mencari cara atau ide yang dapat dilakukan untuk memuaskan pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian dan dapat meningkatkan penjualan. Perusahaan sangat diperlukan untuk melakukan rangkaian ide dan cara untuk meningkatkan kembali keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan.

Selain kualitas pelayanan yang diperlukan untuk memuaskan pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian, terdapat pula promosi yang juga memiliki peran penting dalam memasarkan produk yang ada didalam perusahaan. Promosi merupakan serangkaian tindakan komunikasi dalam sebuah perusahaan yang bertujuan memasarkan barang kepada khalayak masyarakat, dengan tujuan agar produk atau jasa di perusahaan dikenali oleh publik serta dapat meningkatkan minat beli masyarakat pada produk atau jasa perusahaan tersebut (Kaharu et al., 2016).

Suatu perusahaan sangat memerlukan sebuah kegiatan promosi, karena pada satu sisi perusahaan dapat memastikan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Sedangkan di sisi lain perusahaan, hal ini sangat berpengaruh dalam menentukan suksesnya perusahaan menghadapi persaingan pasar atau tidak. Perusahaan sangat

dianjurkan untuk lebih giat dalam melaksanakan promosi agar konsumen merasa terdorong untuk mencoba produk yang dipasarkan oleh perusahaan tersebut. PT Ng Tech Supplies sangat tidak aktif dalam melakukan promosi, sehingga ini yang membuat perusahaan kurang dikenal dalam masyarakat. PT Ng Tech Supplies hanya mengandalkan *website* yang mereka miliki di internet. Pada tabel dibawah ini dapat kita lihat kegiatan promosi apa saja yang pernah dilakukan oleh PT Ng Tech Supplies.

Tabel 1.2 Data Kegiatan Promosi PT Ng Tech Supplies

No	Promosi	Bulan					
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni
1	Melakukan postingan di <i>story whatsapp</i> atau sosial media lainnya	23	25	27	24	22	21
2	Meletakkan kartu nama <i>salesman</i> yang bisa dihubungi	26	22	23	21	21	23
3	Memasarkan produk pada <i>website</i> perusahaan sendiri seperti: http://www.ptngtech.co.id/products_machines.php?cat=1 , http://www.ptngtech.co.id/ dan lain sebagainya	9	12	1	11	9	4

Sumber: PT Ng Tech Supplies, 2019

Dari tabel data kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Ng Tech Supplies dapat kita lihat akan minimnya promosi yang ada di perusahaan. Dapat dilihat promosi yang dilaksanakan selama 6 bulan pada tahun 2019 tidaklah stabil. Promosi yang dilakukan pada postingan *story whatsapp* dilakukan sebanyak 142 kali, meninggalkan kartu nama *salesman* dilakukan sebanyak 136 kali dan memasarkan

produk pada *website* perusahaan sebanyak 46 kali. Kondisi ini tentunya menjadi masalah dalam perusahaan dalam mendagangkan produk mereka agar lebih dikenali oleh masyarakat. Jika suatu perusahaan menginginkan produk yang mereka jual untuk lebih dikenal masyarakat, maka perusahaan perlu untuk melakukan promosi yang lebih banyak dan rutin. Semakin ramai rangkaian promosi yang dilakukan maka akan semakin dikenal produk yang perusahaan jual. Perusahaan bisa melakukan promosi seperti potongan harga kepada pelanggan yang melakukan pembelian, ataupun memberikan tester sebagai bahan cobaan pelanggan sebelum melakukan pembelian.

Faktor yang dianggap juga ikut memengaruhi yaitu kualitas informasi. Kualitas informasi yang bagus dan berkualitas dalam suatu perusahaan juga termasuk kesalahan satu hal yang penting dalam melakukan keputusan pembelian. Kualitas informasi yang bisa dikatakan bagus dan berkualitas adalah adanya informasi yang jelas, akurat dan lengkap. Kualitas informasi dapat digunakan oleh pelanggan untuk memprediksi suatu produk yang akan mereka beli untuk melakukan sebuah keputusan pembelian (Rahayu & Djawoto, 2017).

Informasi merupakan sebuah keterangan atau data yang telah di modifikasi atau diolah sehingga mempunyai suatu nilai yang dapat digunakan oleh pelanggan dalam membuat keputusan pembelian (Rachmawati, Handoko, Nuryanti, Wulan, & Hidayatullah, 2019). Informasi memiliki nilai yang sangat tinggi untuk para calon pelanggan yang akan melakukan pembelian. Tanpa adanya informasi yang lengkap calon pelanggan akan sulit dalam memprediksi suatu produk yang perusahaan jual.

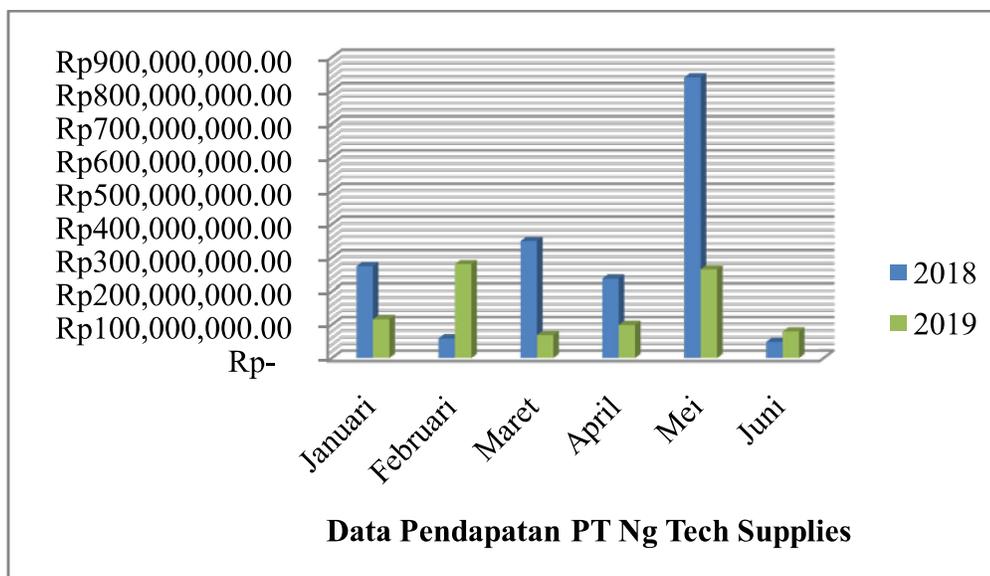
Dan terlebih lagi calon pelanggan akan ragu dan tidak yakin untuk melakukan pembelian pada perusahaan.

Namun kualitas informasi yang ada dalam PT Ng Tech Supplies kian tidak begitu tepat dan lengkap. Sering adanya keluhan pelanggan dalam informasi yang diberikan oleh *customer services* yang tidak sesuai dengan apa yang telah disampaikannya. Maka dengan adanya permasalahan tersebut pendapatan perusahaan kian menurun di setiap tahunnya. Perhatikanlah tabel ini:

Tabel 1.3 Data Pendapatan PT Ng Tech Supplies

Bulan	2018	2019
Januari	Rp 274,054,498.88	Rp 115,923,000.00
Februari	Rp 58,531,000.00	Rp 280,082,333.56
Maret	Rp 349,222,000.32	Rp 68,593,000.00
April	Rp 236,754,250.05	Rp 98,610,290.00
Mei	Rp 839,592,100.12	Rp 264,384,025.18
Juni	Rp 48,230,500.00	Rp 79,234,000.00
Total	Rp 1,806,386,367.37	Rp 906,826,648.74

Sumber: PT Ng Tech Supplies, 2019



Gambar 1.2 Grafik Data Pendapatan PT Ng Tech Supplies

Maka bisa di lihat penurunan pendapatan yang drastis, dimana pada tahun 2018 pendapatan perusahaan PT Ng Tech Supplies sebesar Rp1,806,386,367.37 sedangkan pada tahun 2019 Rp906,826,648.74. Dapat di hitung, telah terjadi penurunan pendapatan sebesar Rp899,559,718.63, atau dalam hitungan persentase sebesar 49.80%. Pihak manajemen perusahaan sangat perlu untuk memperhatikan omset atau pendapatan yang ada, jika terus menurun setiap tahun sangat berpengaruh besar terhadap perusahaan untuk bertahan.

Penurunan omset perusahaan yang sangat drastis ini menjadi suatu masalah yang besar dalam perusahaan. Dimana jika perusahaan terus saja membiarkan omset perusahaan menurun, perusahaan tidak akan bisa bertahan lama dalam dunia industri atau dengan kata lain perusahaan bisa saja mengalami kebangkrutan atau gulung tikar. Omset perusahaan merupakan nyawa atau sumber akan perusahaan agar dapat bertahan dalam dunia industri ini. Maka dari itu Perusahaan perlu untuk mencari cara agar omset perusahaan bisa bangkit kembali dengan cara apapun.

Perkembangan *technology* yang terus bertumbuh dari masa ke masa membuat persaingan semakin mencengkrum dalam dunia usaha. Akibatnya kualitas suatu produk juga terus berkembang dan semakin berinovasi. Di mana perusahaan berusaha penuh dalam memberikan kualitas produk yang terbaik untuk konsumen agar terjadinya sebuah keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah kegiatan memilih suatu brand yang paling diminati oleh pelanggan tersebut dalam berbagai alternatif (Rustam, 2019). Adapun keputusan pembelian oleh pelanggan, yaitu mengetahui

masalah, mengali informasi, evaluasi, keputusan dan sikap setelah membeli (Wariki, Mananeke, & Tawas, 2015).

Keputusan pembelian konsumen sangat penting dalam dunia usaha karena dengan adanya kepercayaan dari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dalam perusahaan maka bisnis perusahaan pun bisa bertahan dan berkembang seiring berjalannya waktu. Keputusan pembelian konsumen memiliki pengaruh besar dalam mendapatkan keuntungan dan keberlangsungan hidup perusahaan. Maka dari itu perusahaan sangat dianjurkan untuk menjaga kualitas pelayanan yang mereka miliki. Kunci utama yang harus di miliki oleh perusahaan untuk memimpin rivalitas adalah dengan memberikan poin dan kesenangan melalui taktik yang telah dibuat.

Dari uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka peneliti merasakan penelitian ini penting untuk dilakukan. Maka peneliti memutuskan melakukan penelitian dengan Judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam”** .

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah peneliti uraikan latar belakang diatas, berikut permasalahan yang dapat peneliti identifikasikan:

1. Keluhan kualitas pelayanan yang kurang dalam melayani pelanggan.
2. Perusahaan yang kurang mengadakan promosi dalam memasarkan produknya.

3. Kualitas informasi yang disampaikan tidak jelas dan tidak akurat.
4. Kurangnya keputusan pembelian pelanggan sehingga penjualan pada perusahaan menurun.

1.3. Batasan Masalah

Berlandaskan masalah diatas, peneliti merasakan bahwa pembatasan masalah yang akan diteliti sangat perlu dilakukan. Tujuannya supaya peneliti dapat lebih berfokus pada pokok permasalahan yang terdapat pada topik. Dengan begitu, berikut ini merupakan pembatasan masalah yang dibuat:

1. Objek yang ditarik hanya pada pelanggan PT Ng Tech Supplies yang beralamat pada Komplek Sakura Anpan Blok C No. 6, Lubuk Baja – Batam.
2. Populasi yang peneliti ambil adalah pelanggan yang melakukan pembelian pada 6 bulan terakhir, yaitu dimulai dari Januari hingga Juni 2019.
3. Peneliti membatasi data pelanggan yang diambil oleh peneliti adalah pelanggan yang telah menjadi konsumen di bagian pemasaran PT Ng Tech Supplies.
4. Dalam penelitian ini dibatasi dengan tiga variabel independen, yaitu Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi. Satu variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam?
3. Apakah Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam ?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan target yang ingin diraih oleh penulis dalam sebuah penelitian. Maka dengan itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam.

4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan Kualitas Informasi secara bersamaan terhadap Keputusan Pembelian pada PT Ng Tech Supplies di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang membaca maupun yang secara kontan terkait didalamnya. Akan halnya manfaat penelitian berikut ini adalah:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai sumber pemahaman sekaligus kepakaran di segi perekonomian khususnya di bidang pemasaran dalam menghadapi persoalan pada perusahaan ini.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan pendapat bagi PT Ng Tech Supplies untuk menghadapi masalah yang ada.

2. Bagi Instansi

Hasil telitian diharapkan bisa digunakan sebagai referensi penelaahan atau informasi untuk mahasiswa/i Universitas Putera Batam.

3. Bagi Peneliti

Sebagai sumber pembelajaran untuk memperluas peneliti serta dapat menjadi data pengarah sebagai acuan untuk peneliti di masa yang akan datang.