

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dengan perkembangan zaman yang semakin modern ini, banyak persaingan dalam dunia bisnis, termasuk bisnis retail. Setiap pelaku bisnis di kategori harus peka terhadap perubahan yang terjadi dan menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya. Ritel mencakup semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang dan jasa kepada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan non-komersial.

Bisnis ritel di Indonesia mulai berkembang pada tahun 1980 seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah, yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan departement store (*convenience store*) di wilayah perkotaan. Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern. Perubahan pola belanja yang terjadi pada masyarakat perkotaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja, namun juga sekedar jalan-jalan dan mencari hiburan. Berkembangnya usaha di industri ritel ini juga diikuti dengan persaingan yang semakin ketat antara sejumlah ritel baik lokal maupun ritel asing yang marak bermunculan di Indonesia menurut (Euis Soliha, 2008).

Keberadaan Toserba Fazazi mencerminkan sebuah fenomena bahwa masyarakat / konsumen menjadi semakin penting saat memutuskan untuk berbelanja di Toserba Fazazi. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Menurut (Kotler & Amstrong, 2014) keputusan pembelian yaitu pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang bisa membuat keputusan harus tersedia beberapa keputusan alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli bisa mengarah pada bagaimana bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut dilakukan. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh perilaku konsumen menurut Schiffman & Kanuk (2009:112)

Keputusan pembelian yang lebih tinggi tentunya akan dapat meningkatkan penjualan dan mencapai target penjualan, sehingga laba perusahaan juga akan meningkat, dan kedepannya bisnis akan berjalan dengan lancar. Permasalahan yang dihadapi perusahaan saat ini adalah bagaimana menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang sesuai dengan tujuannya. Faktor kualitas layanan dan harga adalah kunci penting untuk menarik pelanggan saat melakukan transaksi .

Kualitas layanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan menurut Parasuraman (Arief,2007:118). Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama

harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan. Selain kualitas layanan yang bagus harga juga termasuk hal yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga merupakan unsur bauran yang bersifat fleksibel. Harga dapat berubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian distribusi menurut Menurut Kotler (2010:19). Penetapan harga yang salah pada suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasar berkurang. Harga merupakan variabel dari program bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh sebab itu, dalam penetapan harga perusahaan harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar semakin meningkat.

Beberapa penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian diantaranya, penelitian (widha emil. 2012) dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Layanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada *coffe shop* Kofisop Tembalang” menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian . Penelitian ( Ika Putri Iswayanti) “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian( Studi pada Rumah Makan “Soto Angkringan Mas Boed” di Semarang)” menunjukkan bahwa

variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka , Ketintang) . Penelitian ( Jafri & Dwijayanti ) “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang )”. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penerapan kualitas layanan dan harga yang belum maksimal dari usaha bisnis ritel ini akan berdampak pada penerapan strategi pemasaran. Hal ini akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian bisnis ritel kompetitif kepada pelaku bisnis ritel toserba wilayah Banyuputih Kidul Kabupaten Lumajang. Toserba wilayah Banyuputih Kidul Kabupaten Lumajang merupakan alternatif yang diharapkan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Namun kualitas layanan yang berikan oleh toserba Fazazi kurang memadai, contohnya ketika ada pelanggan yang kesusahan untuk mencari suatu barang karyawan kurang respon terhadap yang diminta oleh pelanggan. Tetapi harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan toserba lainnya membuat masyarakat tertarik berbelanja di Toserba Fazazi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka, dalam penelitian ini variabel yang diteliti dibatasi pada kualoitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada

Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang)”**.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?
3. Apakah kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Toserba Fazazi Desa Banyuputih Kidul Kecamatan Jatiroto Kabupaten Lumajang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara ilmiah maupun secara praktis baik bagi penulis maupun pihak lain yang berkepentingan. Berikut ini penulis sampaikan beberapa manfaat penelitian :

1. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang pemasaran terutama dalam menguji teori kualitas layanan dan harga sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau menolak peneliti sebelumnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi STIE Widya Gama Lumajang

Sebagai bahan untuk menambah wawasan kepustakaan yang ada di STIE Widya Gama Lumajang serta dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian terutama yang berhubungan dengan pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

- b. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk penulis memperoleh gelar sarjana Strata 1 pada STIE Widya Gama Lumajang dan dapat memberikan kesempatan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya tentang kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi motivasi untuk peneliti lain yang mengadakan penelitian dengan tema ini.

d. Bagi Bisnis Ritel

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi bisnis ritel dalam pengambilan keputusan terutama yang berhubungan dengan masalah kualitas layanan dan harga yang digunakan untuk meningkatkan serta memberikan keputusan pembelian konsumen.

e. Bagi Pemerintah Setempat

Diharapkan hasil penelitian ini pemerintah dapat lebih mengembangkan dan memberikan fasilitas yang memadai guna mendukung bisnis ritel untuk lebih mengembangkan potensi yang ada.