

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam meningkatkan persaingan dunia usaha yang semakin tajam sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan lomba kompetisi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian khusus pada strategi pemasarannya yang di jalankan dalam perusahaan tersebut. Peningkatan persaingan dalam dunia usaha yang semakin tajam memaksakan organisasi maupun perusahaan memberikan perhatian pada peningkatan kompetensi dan keahlian khusus dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang ada. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu pembeli. Begitu juga dengan apotek, memudahkan masyarakat untuk memperoleh obat sehingga terjadi hubungan yang berkesinambungan antara unit pelayanan fasilitas kesehatan dengan apotek yang melayani persediaan obat-obatan sesuai dengan resep yang dikeluarkan oleh dokter. Apotek adalah tempat usaha yang menyediakan obat-obatan. Awalnya Apotek sangat terbatas dan sulit ditemui dikarenakan perizinannya.

Bagi masyarakat hal ini berdampak positif dan sangat menguntungkan karena masing-masing Apotek akan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik dengan harga yang bersaing. Artinya bahwa masyarakat atau konsumen mempunyai kesempatan untuk melakukan *switching* dari satu Apotek ke Apotek yang lain. Setiap Apotek memiliki kebijakan harga yang berbeda-beda, inilah yang membuat konsumen harus pandai memilih dalam membeli obat. Menurut Manap

(2016:289) “Harga,nilai dan *utility* adalah konsep yang saling berhubungan,sedangkan utilitas ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan memuaskan konsumen. Value merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain”. Sedangkan menurut Mahfoeds (2005:15). “Harga ialah nilai yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga di sebut dengan berbagai istilah sesuai dengan bentuk pertukaran yang berbeda-beda, harga dari suatu produk merupakan factor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk”.

Harga memainkan peran strategik dalam sebuah pemasaran. Bila harga terlalu mahal, maka produk yang di pasarkan akan tidak terjangkau di kalangan sasaran yang di tuju oleh pasar atau bahkan menjadi rendah. Sebaliknya, jika harga terlampau murah, perusahaan sulit mendapatkan laba atau sebagian konsumen mempersepsikan kualitasnya buruk. Demikian juga dengan Apotek Klinik Husada Mulia harus mampu merancang strategi pemasaran yang unggul untuk memperhitungkan srategi pesaing. Dan salah satu yang utama dalam menarik konsumen adalah memberikan pelayanan jasa informasi obat yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing yang lainnya. Berbagai macam pelayanan dengan keunggulan dan kemampuan masing-masing pelayanan Apotek untuk memenuhi keinginan, kebutuhan serta harapan konsumen sampai pada tingkat menyenangkan konsumen. Seperti kehadiran Apoteker setiap harinya.

Definisi kualitas layanan berhubungan dengan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna layanan serta ketepatan dalam

penyampaianya untuk memenuhi harapan pengguna layanan. Menurut Wyckof dalam Algifari (2016:2) “Kualitas Layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”. Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi (menentukan) kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) oleh pengguna layanan dan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh pengguna layanan Parasuraman dalam Algifari (2016:3) Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyelenggara pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Setiap Apotek memiliki kebijakannya masing-masing termasuk masalah persentase keuntungan yang diambil pada setiap obat yang dijual. Harga juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang terlalu mahal juga menjadi pertimbangan pelanggan sebelum membeli obat, tidak jarang ada beberapa orang yang berpendapat tentang harga di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang sangat mahal, ini menjadi salah satu masalah yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian.

Menurut Ralp C. Davis dalam (Hasan 2004: 9) yaitu Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas. Keputusan harus dapat menjawab pertanyaan tentang apa yang dibicarakan dalam hubungannya dengan

perencanaan. Pembelian meliputi keputusan konsumen mengenai apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan membeli, dimana membeli, dan bagaimana cara membayarnya. Termasuk didalamnya adalah toko dimana dia akan membelinya serta cara pembayaran yang akan dilakukannya, apakah dia membayar tunai atau cicilan (Sumarwan 2011: 377). Berdasarkan pengertian di atas keputusan mengenai suatu produk yang ingin dibeli atau bagaimana cara kita membeli produk dengan pemecahan masalah yang dihadapi dengan tegas.

Beberapa penelitian yang terkait dengan harga dan kualitas pelayanan serta keputusan pembelian antara lain, penelitian Supirman (2016) yang berjudul Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda. Penelitian Petricia and Syahputra (2014) yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap proses Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Kopi Progo Bandung) terdapat pengaruh Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian pada konsumen Kopi Progo Bandung. Penelitian Nasar and Manoj (2015) yang berjudul *Purchase Decision for Apartments: A Closer Look Into the Major Influencing Factors*. Faktor kedua yang paling signifikan adalah *Quality* (pelayanan), yang pada dasarnya timbul dari atributnya “Persepsi terhadap kualitas apartemen dan memiliki kapasitas memuaskan sementara dan setelah

membeli”. Penelitian lain Andreti et al. (2013) yang berjudul *The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers' Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia* menunjukkan bahwa Harga, Produk, Tempat, Promosi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang yang Alamatnya : Jl. Raya Wonorejo No. 165 Kab Lumajang, semakin lama semakin berkembang dan terbukti dengan adanya bangunan dan renovasi gedung yang sudah ada untuk meningkatkan pelayanan yang sudah ada. Agar dapat bersaing dan bertahan Apotek Klinik Husada Mulia dalam segi harga dan peningkatan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kenyamanan terhadap konsumen.

Dari uraian yang telah di kemukakan diatas, perlu melakukan penelitian lebih lanjut apakah Harga dan Kualitas Pelayanan dapat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia. Oleh karena itu penulis memelih tugas akhir: **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI APOTEK KLINIK HUSADA MULIA KABUPATEN LUMAJANG.**

## **1.2. Batasan Masalah**

Untuk membatasi pembahasan dalam penelitian ini serta memfokuskan pada tujuan penelitian. Adapun yang menjadi pembatas masalah dalam penelitian ini dengan pembatasannya sebagai berikut:

1. Pengaruh harga obat bebas dan herbal pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang
2. Pengaruh kualitas pelayanan pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.
3. Pengaruh Harga obat bebas dan herbal dan Kualitas Pelayanan pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

### **1 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang?
3. Apakah Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang?

### **1 TUJUAN PENELITIAN**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

## 1 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang

Sebagai bahan informasi untuk pengembangan dalam bidang manajemen pemasaran, serta meningkatkan penjualan dengan mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Apotek Klinik Husada Mulia Kabupaten Lumajang.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan ilmu di bidang Manajemen Pemasaran, tepatnya tentang Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Sebagai salah satu syarat utama untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi.

3. Bagi Peneliti Lain

Sebagai bahan referensi, rujukan dan bahan masukan bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis tentang Harga dan Kualitas Pelayanan serta variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada tempat dan periode yang berbeda.

