

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat serta semakin berkembangnya pola pikir konsumen yang dinamis membuat perusahaan dituntut agar bisa menciptakan sebuah produk yang mampu bersaing dengan produk lain apabila ingin tetap bertahan dalam arus persaingan. Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah – langkah serta strategi yang jitu guna memenangkan persaingan dengan kompetitor demi menjaga eksistensi yang dimiliki dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan atau profit yang dihasilkan. Tanpa strategi yang jitu perusahaan tidak akan dapat bertahan karena seiring waktu kompetitor akan terus muncul bersamaan dengan permintaan konsumen yang kian meningkat.

Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar (Sumarwan, 2003).

Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dilakukan dengan cara membangun komunikasi yang baik dengan konsumen, membangun merek produk yang baik dan memberikan inovasi-inovasi baru pada produk yang mereka jual dengan mengikuti trend yang ada pada saat ini. Hal ini dilakukan karena sikap konsumen cenderung selalu mengikuti perkembangan zaman, dan sikap seseorang juga dapat menggambarkan gaya hidupnya, artinya gaya hidup mempunyai dampak yang utama pada pembelian dan perilaku konsumsi ”dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.” (Setiadi, 2003).

Keputusan pembelian seseorang disebabkan oleh beberapa faktor, karena setiap orang memiliki sikap dan preferensi yang berbeda-beda sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga akan berbeda. Sebagai produsen, perusahaan perlu memahami kebutuhan konsumen dengan cara melihat sikap dan perilaku dari konsumen tersebut. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Menurut Schiffman dan Kanuk (dalam Wijayanti, 2008) secara umum keputusan pembelian adalah seleksi dari dua atau lebih pilihan alternatif.

Dari banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas pelayanan, harga dan kelengkapan produk dapat dikatakan

sebagai faktor yang sangat kuat bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Menurut Saghier & Nathan (2013) “kualitas pelayanan adalah suatu sikap dari hasil perbandingan pengharapan kualitas jasa konsumen dengan kinerja perusahaan yang dirasakan konsumen” Pentingnya kualitas layanan kepada konsumen karena akan menjadi faktor penentu kembali atau tidaknya konsumen untuk membeli produk, semakin besar energi positif yang diberikan kepada konsumen, maka semakin besar pula pertimbangan konsumen untuk kembali lagi.

Menurut penelitian dari Vigit Bayu Prihantoko (2020), menjelaskan harga secara persial berpegaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian karena, harga merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh konsumen saat melakukan pembelian.

Menurut Peter dan Amstrong (2019) berpendapat bahwa harga adalah salah satu hal yang harus menjadi perhatian khusus karena daya tarik produk tidak dapat dilepaskan dari harga seperti uang, waktu, aktivitas kognitif, upaya prilaku, nilai dan penetapan harga.

Menurut Utami dan (2010: 162) mengemukakan defenisi kelengkapan produk adalah keragaman produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko. Penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja. Hal

ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

Pada saat ini, dengan produksi kendaraan bermotor yang semakin meningkat, konsumsi masyarakat akan kendaraan bermotor bukan menjadi barang yang mewah lagi terlebih kendaraan roda dua seperti motor. Memiliki motor saat ini sudah menjadi kewajiban atau bisa dikatakan kebutuhan primer karena demi memudahkan akses konsumen dalam melakukan aktivitas sehari-hari.

Permasalahan yang dihadapi dalam memiliki kendaraan bermotor adalah kebanyakan dari konsumen tidak selalu mengetahui dan memahami seluk beluk tentang kendaraan roda dua ini, terlebih bagi konsumen yang memanfaatkannya untuk operasional usaha. Untuk menunjang mobilitas perawatan awal perlu dilakukan untuk menjaga kondisi ketahanan motor tersebut di masa yang akan datang. Perawatan yang dilakukan pada umumnya seperti perawatan mesin, kampas rem, oli yang harus diganti, dll.

Toko Engki motor yang berdiri pada tahun 2015 merupakan salah satu toko yang menjual *sparepart*, *accessories* khususnya roda dua, selain menjual di tempat ini pula konsumen bisa langsung meminta para pegawai agar mengganti atau memasang langsung barang yang baaru dibeli tentunya dengan biaya yang terjangkau. Lokasi yang strategis mudah dijangkau yang terletak di Jln. Dalek Esa, Kelurahan Oesapa, Kecamatan Kelapa Lima Kota Kupang NTT, dan memiliki lima karyawan laki-laki. Toko Engki motor memiliki keunikan sendiri, dimana harganya terjangkau dan berkualitas.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis, penulis menemukan bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pegawai masih kurang optimal karena masih adanya perbedaan cara maupun sikap pelayanan yang diberikan ketika terdapat konsumen yang sekedar ingin tahu dan mengenal jenis produk apa saja yang tersedia dengan yang langsung melakukan pembelian. Menyambut dan memberikan energi positif kepada konsumen juga menjadi faktor penentu bahwa konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian pada Toko Engki Motor, karena konsumen tentunya akan melakukan perbandingan antara kualitas pelayanan yang mereka dapatkan dengan yang mereka harapkan

Masalah lain yang ada pada Toko Engki Motor adalah kurang memperhatikan ketersediaan barang, seringkali konsumen dibuat kecewa karena barang yang dicari sudah habis. Hal seperti ini tentunya dapat menurunkan omset secara berkala.

Namun demikian Toko Engki Motor memiliki produk yang bervariasi dan juga harga yang cukup terjangkau. Berikut penulis sajikan data kelengkapan produk dan harga yang ada pada Toko Engki Motor yang dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1

Kelengkapan dan harga suku cadang yang ada pada Toko Engki Motor

No	Barang (suku Cadang)	Harga(Rp)
1	Kampas kopling	85.000
2	Kampas ganda	185.000
3	Kampas cakram	25.000
4	Kampas rem belakang	25.000
5	Ban luar IRC 90/80 17	265.000
6	Ban dalam	30.000
7	Oli MPX matic	50.000
8	Oli repsol MXR matic	45.000
9	Oli delvac adventure	95.000
10	Oli shell advance AX7 matic	50.000
11	Laher roda	12.500
12	Laher gir	20.000
13	Rante keteng	65.000
14	Lonceng ganda	25.000
15	Gir set	165.000
16	As roda	25.000
17	Sok belakang	245.000
18	Piring cakram	75.000
19	Tali vanbel k44	75.000
20	Roler	55.000
21	Poli belakang	245.000
22	Hamar klep	135.000
23	Master cakram	165.000
24	Bendit stater	65.000
25	Gigi pompa oli	45.000
26	Pompa oli komplit	95.000
27	Ver stater	45.000
28	Aki	185.000
29	Trombol	145.000
30	Velek	165.000
31	Ruji	40.000
32	Busi	20.000
33	Kop busi	15.000
34	Bola lampu	10.000
35	Stang stir/protaper	235.000
36	Piston kit	175.000
37	Stang seher	185.000
38	Tutupan trombol	65.000
39	Rante keteng	65.000
40	Payung klep	65.000

Sumber: Toko Engki Motor 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas maka dapat diketahui bahwa kelengkapan produk yang ada pada Toko Engki Motor cukup lengkap, dilihat dari banyaknya suku cadang yang tersedia, selain banyaknya suku cadang yang

tersedia harga yang di tawarkan juga cukup terjangkau. namun walaupun terlihat lengkap perlu adanya penelitian yang mendalam agar dapat mengetahui apakah suku cadang yang tersedia pada Toko Engki Motor sudah lengkap atau belum menurut konsumen.

Berdasarkan wawancara singkat dengan 5 konsumen yang penulis temui di Toko Engki Motor, penulis mendapat informasi bahwa mereka secara pribadi hanya mengganti suku cadang seperlunya saja, apabila terjadi kerusakan baru akan mengganti dengan yang baru, namun perawatan yang secara berkala selalu dilakukan adalah mengganti oli, dan kampas rem. Mereka juga berpendapat bahwa mereka akan melakukan *service* dan pergantian banyak suku cadang apabila mereka ingin melakukan perjalanan jauh semisal pulang kampung atau mengunjungi kerabat di tempat yang jauh, karena dengan melakukan perjalanan jauh tentunya ketahanan kendaraan menjadi hal utama yang harus diperhatikan, maka dari itu konsumen cenderung mengganti suku cadang motornya dengan yang baru agar dapat menempuh perjalanan dengan nyaman dan aman. Hal ini tentu dapat merepresentasikan mengapa omset yang diperoleh Toko Engki Motor tertinggi terjadi pada bulan desember yang mana pada bulan desember terdapat libur panjang Natal dan Tahun baru (nataru) yang biasanya dipakai konsumn untuk pulang kampung atau sekedar mengunjungi kerabat yang berada diluar kota.

Berikut adalah beberapa penelitian terkait yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Desi Wahyuni (2020) dengan judul pengaruh kelengkapan produk, harga, dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada Suzuya mall Kota Banda Aceh, hasil penelitian menyimpulkan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, sedangkan variabel harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Novi Erviandari (2018) dengan judul pengaruh harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap minat beli ulang konsumen (studi kasus pada mahasiswa/i Universitas Sanata Dharma yang berbelanja di Mirota kampus Yogyakarta), hasil penelitian menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, kelengkapan produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen, dan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen dengan nilai.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu diatas yang telah dikemukakan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Desi Wahyuni) dan harga yang tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen (Fransiska Novri Erviandari). Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya kelengkapan jumlah produk, hal ini memperlemah temuan Desi Wahyuni yang mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, harga yang terjangkau juga dapat menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan

keputusan pembelian, hal ini dapat memperlemah penelitian yang dilakukan oleh Fransiska Novri Erviandari yang mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Untuk itu penulis menambah variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini agar dapat melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Engki Motor Oesapa Km. 9”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa km. 9

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka yang menjadi persoalan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa, Kota Kupang ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa, Kota Kupang ?

3. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa, Kota Kupang ?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa km. 9
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa km. 9
- c. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Engki Motor Oesapa km. 9

1.4.2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak antara lain :

1. Manfaat akademis

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pemahaman teori dibidang manajemen pemasaran di UKAW

2. Manfaat praktis

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian lanjutan pada bidang terkait ataupun dengan bidang lainnya