

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semakin bertambah pesatnya industri, perumahan dan perekonomian dalam masyarakat banyak terjadi persaingan diberbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak usaha toko bangunan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memicu toko bangunan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Salah satunya dalam bidang pelayanan dan kualitas produk yang disediakan. Supaya usaha toko bangunan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka toko bangunan tersebut harus dapat membaca keinginan konsumen dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Selain itu toko bangunan juga harus memiliki produk yang lengkap serta harga yang bersaing. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan usaha toko bangunan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Amirudin, 2020).

Dari tahun ketahun penduduk di daerah Kecamatan Garoga Tapanuli Utara semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder. Dari mulai kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari sampai pada kebutuhan tersier

semakin hari semakin meningkat. Peranan toko bangunan semakin besar, hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah toko bangunan dimana-mana. Maka persaingan sesama toko bangunan semakin tajam. Peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup memberikan lapangan pekerjaan atau bisnis baru. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan material bahan bangunan. Menurut penelitian (Pulungan & Febriaty, 2018) perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan *materialistic*, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga didasari oleh pemikiran atau ideologi dalam diri seseorang yang biasa juga disebut dengan konsumerisme.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk ketika berbelanja seperti yang terdapat pada hasil pra survei yaitu mengenai kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 1.1. Menurut (Cesariana *et al.*, 2022) kualitas produk juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap konsumen ketika melakukan pembelian suatu produk. Semakin baik kualitas produknya, maka akan semakin terjadi peningkatan konsumen yang hendak melakukan pembelian produk tersebut.

Berdasarkan hasil data pra survei dari 30 responden konsumen toko bahan bangunan UD Bintang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk bahan bangunan lebih memilih mengutamakan kualitas produk pada saat ingin melakukan keputusan pembelian. Dimana hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk toko bahan bangunan UD Bintang menurut

konsumen memiliki daya tahan yang dapat digunakan dalam jangka waktu Panjang sehingga mendapatkan kesan kualitas yang dirasakan oleh konsumen. Akan tetapi adapun konsumen yang tidak menyetujui pengaruh kualitas produk dalam keputusan pembeliannya, hal ini dikarenakan beberapa dari konsumen tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang kualitas produk atau tidak memiliki pengetahuan yang cukup untuk membedakan antara kualitas yang berbeda, sehingga tidak menganggapnya sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian.

Tabel 1. 1 Hasil Pra Survei Mengenai Kualitas Produk

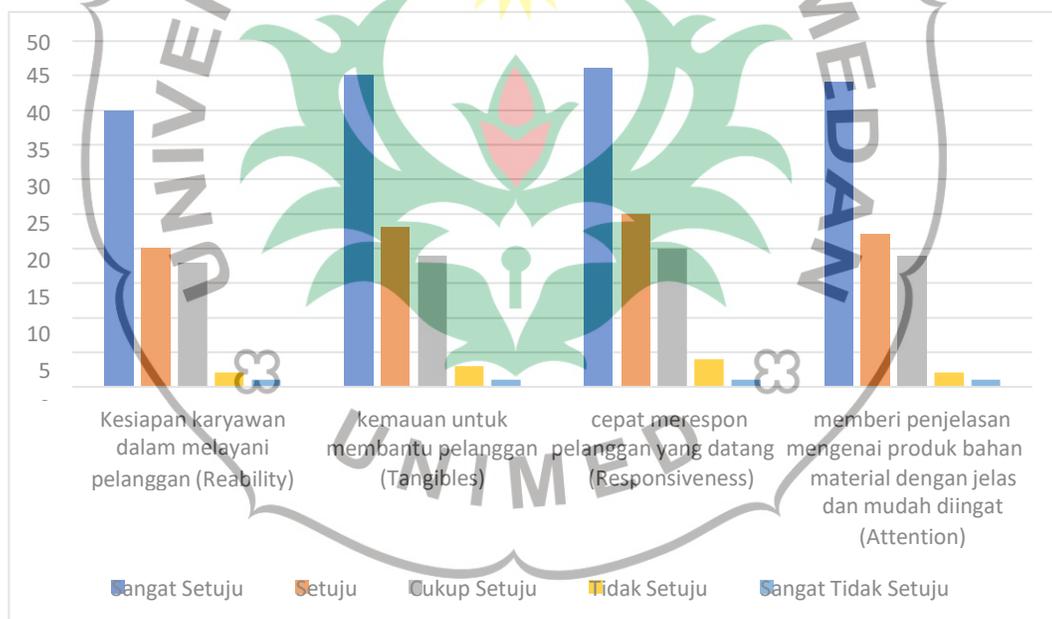
Indikator Kualitas Produk	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
<i>Durability</i> (Daya Tahan)	3,3%	3,3%	20%	73,3%
<i>Reability</i> (Keandalan)	6,7%	3,3%	23,3%	66,7%
<i>Aeshthetics</i> (Estetika)	3,3%	10%	26,7%	60%
<i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang dirasakan)	3,3%	6,7%	23,3%	66,7%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti

Pelayanan adalah suatu proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung, pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan mana kala dalam kegiatan-kegiatan jasa di masyarakat itu terdapat kompetisi dalam usaha untuk merebut pasaran atau langganan.

Berdasarkan hasil pra survei kualitas pelayanan pada Gambar 1.1 diketahui bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang paling penting diperhatikan oleh pemilik toko karena dengan kualitas layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Selain itu dengan adanya kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen untuk

menjadi pelanggan setia di toko tersebut. Menurut Raharjani tahun 2015 dalam penelitian (Priyanto, 2024), pelayanan adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Menurutnya, pelayanan adalah kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, dan pelanggan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berpartisipasi aktif dalam proses menggunakan jasa tersebut.



Gambar 1. 1 Grafik Pra Survei Kualitas Pelayanan
Sumber : Data Primer yang diolah Peneliti

Sesuai dengan Gambar 1.1 data yang diperoleh ketika penulis melakukan penelitian pendahuluan, diperoleh bahwa variable kualitas pelayanan dinilai sangat baik oleh sebagian besar konsumen, diantaranya setuju dengan kesiapan karyawan dalam melakukan pelayanan, membantu pelanggan, merespon pelanggan yang datang dan menjelaskan produk yang akan dibeli sehingga pelanggan memahami produk yang akan mereka beli.

Keputusan Pembelian adalah *“the selection of an option from two or alternative choice”* yang berarti keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada menurut Schiffman (2022) dalam (Junaris & Haryanti, 2024). Keputusan pembelian ialah “Karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk yang sebelumnya telah memikirkan tentang layak atau tidaknya ia membeli produk itu dengan cara mempertimbangkan informasi informasi yang ia ketahui dengan kenyataan produk tersebut setelah ia melihatnya secara langsung.

Fenomena dari variabel kualitas pelayanan yaitu diantaranya karyawan disana cukup cepat dan tepat waktu, ketika karyawan ingin membeli sebuah bahan material bangunan karyawan sigap menanyakan apa kebutuhan barang yang ingin di beli. Kemudian barang tersebut diantar ke lokasi tujuan tergantung alamat masing-masing pembeli. Tarif pengantaranpun tergantung sejauh mana lokasi pembeli tersebut.

Dengan adanya pelayanan antar barang dan juga kemudahan dalam membawa barang dengan jumlah banyak membuat konsumen banyak yang berminat belanja di UD Bintang. Kualitas pelayanan pada UD Bintang ialah disaat pesanan ramai maka pengantaran akan lama sampai ketujuan karna mendahulukan pengantaran sesuai urutan yang pertama memesan. Dikarenakan minimnya jumlah karyawan pada toko bahan bangunan UD Bintang.

Keputusan Pembelian merupakan sebuah keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli dan bagaimana cara melakukan pembelian yang akan dilakukan (Bafadhal, 2020) dalam penelitian (Mukti *et al.*, 2024).

Berdasarkan hasil pra survei keputusan pembelian pada Gambar 1.2 diketahui bahwa keputusan pembelian merupakan tahap pada suatu proses membuat keputusan yang mana terjadi pembelian sebenarnya oleh konsumen Kotler, (2015). Setiap konsumen akan melalui 5 tahap ketika membeli suatu produk atau jasa yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian (Kotler & Keller, 2009).



Gambar 1. 2 Grafik Pra Survei Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer yang diolah Peneliti

Sesuai dengan diagram yang ada diatas maka dapat dijelaskan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan diakibatkan oleh pemenuhan kebutuhan yang ada, pembeli merasa dapat membeli barang agar dapat dibeli kembali, memutuskan untuk berlangganan, dan membeli barang di Toko UD Bintang dikarenakan banyaknya pilihan harga yang ditawarkan.

Keputusan pembelian oleh konsumen sangat menentukan jumlah penjualan. Melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti, pemilik toko bahan bangunan UD Bintang menghadapi permasalahan yaitu penjualan yang naik turun. Berikut ini data penjualan toko bahan bangunan UD Bintang tahun 2019 – 2023.

Tabel 1. 2 Hasil Penjualan Toko Bahan Bangunan UD BINTANG

No	Tahun	Total Penjualan (Rp)
1	2019	170.000.000 – 190.000.000
2	2020	70.000.000 – 90.000.000
3	2021	250.000.000 – 270.000.000
4	2022	200.000.000 – 220.000.000
5	2023	270.000.000 – 290.000.000

Sumber; UD BINTANG

Berdasarkan Tabel 1.2 hasil dari penjualan pada toko bahan bangunan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan pada tahun 2021 tetapi pada tahun 2020 terjadi pula penurunan yang signifikan dikarenakan pada tahun itu pandemi covid 19. Namun dengan adanya sedikit permasalahan tidak menuntut kemungkinan meraskan dampak permasalahan terhadap toko itu, walaupun pada tahun 2022 ada sedikit penurunan dan di tahun 2023 mengalami peningkatan penjualan. Permasalahan yang dialami toko bahan bangunan sekarang adalah persaingan sesama toko bahan bangunan yang sangat ketat, maka konsumen diberikan banyak pilihan untuk memilih bahan bangunan

yang berkualitas seperti batu bata, pasir, batu padas, dan lain lain. Untuk mengatasi permasalahan tersebut toko bahan bangunan itu berusaha menciptakan daya saing produk dan pelayanan dengan cara membantu konsumen untuk mengitung seberapa banyak bahan bangunan yang diperlukan untuk membangun satu rumah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli tersebut dengan judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bahan Bangunan UD.BINTANG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Kualitas produk dalam toko bersaing dengan toko lain
2. Keterlambatan pengantaran pesanan konsumen yang disebabkan kurangnya karyawan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas,serta untuk mengindari salah penafsiran dalam penelitian ini, maka dibuatlah batasan masalah. Pembatasan masalah dalam penelitian ini dibatasi hanya membahas “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bahan Bangunan UD.Bintang.”

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko bahan bangunan UD.Bintang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko bahan bangunan UD.Bintang?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di Toko bahan bangunan UD.Bintang?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko bahan bangunan UD.Bintang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko bahan bangunan UD.Bintang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di toko bahan bangunan UD Bintang.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi perusahaan (Toko bahan bangunan UD.Bintang) sebagai bahan masukan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan (Toko bahan bangunan UD.Bintang) dalam menentukan kebijaksanaan pemasaran di masa yang akan datang dan dapat menetapkan strategi guna lebih menarik minat konsumen dalam membeli produk-produknya.

2. Bagi Penulis

Penulisan dan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu acuan untuk menambah pengetahuan teoritis bagi penulis dan memperluas wawasan sehingga dapat mempelajari secara langsung dan menganalisis hubungan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko bahan bangunan UD.Bintang.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi tambahan bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan dalam memecahkan permasalahan yang sama khususnya di bidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.

THE *Character Building*
UNIVERSITY