

BAB I

PENDAHULIAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri produk dan jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri retail berkembang dengan cepat. Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin survive harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara

langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut Industri retail adalah industri yang memadukan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, desain bangunan, lokasi serta fasilitas dan suasana yang tercipta di dalam store/ gedung, fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual.

Eiger Adventure Store Jl.Radio Dalam Raya no.80,RT.5/RW.14,Gandaria Utara ,Kebayoran Baru, kota Jakarta Selatan,Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 12140. Bapak Agus selaku Manager Area Jakarta mengatakan bahwa saat ini pihak store Eiger melakukan beberapa renovasi. Merek Indonesia Eiger ini merupakan salah satu perusahaan Indonesia yang menciptakan suatu produk peralatan *adventure* atau berpetualang untuk para pecinta alam yang menyukai kegiatan outdoor.Produk eiger tidak hanya diminati para pecinta kegiatan outdoor, akan tetapi dapat diterima oleh masyarakat luas, karena eiger menciptakan/memproduksi produk seperti tas dengan berbagai macam ukuran, jaket, jas hujan,alas kaki, dan sebagainya. Eiger memiliki prinsip untuk tidak memproduksi tas yang asal jadi, hanya terlihat bagus dari model luarnya saja, tetapi eiger memiliki konsep *Funcional* yaitu berguna sesuai dengan kebutuhannya, *Durable* untuk keamanan barang yang dibawa, terletak pada kekuatan jahitannya pada tas tidak hanya kuat tetapi berkonsep *Comfortable* memberikan kenyamanan bagi pemakai produk eiger, hal-hal berikut merupakan salah satu faktor yang di tentukan oleh konsumen sebelum memutuskan membeli produk dan jasa karena kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang

bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat.

Keputusan pembelian yang menjadi pertimbangan salah satunya adalah fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas, dengan memberikan Eiger Coffee adalah salah satu fasilitas yang diberikan agar konsumen bisa kongkow atau sekedar menikmati kopi di dalam area store Eiger. Hal ini dilakukan untuk memberikan pelayanan sepenuhnya untuk tamu yang datang. Imbas dari Fasilitas yang di tawarkan ini membuat pertumbuhan konsumen menjadi lebih banyak dari sebelumnya. Terlihat bahwa dalam beberapa bulan terakhir store ini mengalami fluktuatif jumlah pengunjung yang cukup drastis. Dengan adanya fasilitas Eiger Coffee, di tempat ini bisa menjadi salah satu tempat konsumen untuk menunggu seseorang, atau berdiskusi untuk membeli produk yang ada di eiger store radio dalam. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk juga usaha retail. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak peretail, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan karena fasilitas merupakan penyediaan

perlengkapan-perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktifitas-aktifitas atau kegiatan lainnya..

Kemudian salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dilihat dari segi kualitas pelayanannya dengan memberikan keramah-tamahan dan ketrampilan staff / karyawan dalam melayani pelanggannya. Jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (intangibility) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan perkembangan jumlah store retail di Jakarta yang sangat pesat, menimbulkan persaingan menjadi sangat ketat. Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha retail, salah satunya adalah bagaimana pihak penjual dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para konsumen puas terhadap layanan yang diberikan.

Kualitas Pelayanan merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran, karena apabila layanan kita buruk maka konsumen akan dapat dengan mudah beralih kepada peretail yang lain. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk

pelayanan yang diberikan oleh pihak karyawan selama konsumen atau pelanggan tersebut berada dalam toko kita, meliputi pelayanan yang diberikan oleh staff toko, kasir maupun spv yang bertugas di dalam store tersebut. Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen. Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan. Sehingga kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berikut data yang berhasil diperoleh mengenai jumlah konsumen yang datang dalam 3 bulan terakhir:

Tabel 1.1
Tabel Pendapatan , Jumlah Pengunjung dan Jumlah Pembeli

No	Bulan	Omset		Total	Pengunjung	Pembeli
		Bag	Acc			
1	11/18	Rp.119.560.000	Rp.104.440.000	Rp.224.000.000	335	220
2	12/18	Rp.109.750.000	Rp.101.292.831	Rp.211.042.831	285	231
3	01/19	Rp.155.254.000	Rp.130.826.067	Rp.286.080.067	470	411

(Sumber : Data Diperoleh Dari Eiger Adventure Store Jakarta Tahun 2019)

Jumlah konsumen Periode bulan 11 tahun 2018 sampai bulan 1 tahun 2019, terlihat bahwa terjadi fluktuatif jumlah konsumen yang datang ke store tersebut. Selama 3 bulan tersebut jumlah konsumen yang datang cenderung mengalami peningkatan, penurunan dan kenaikan kembali. fluktuatif jumlah konsumen ini tentunya harus diantisipasi oleh pihak Store dengan melakukan penyelidikan mengenai penyebab jumlah tamu yang cenderung mengalami kenaikan ini. Pihak store sebenarnya telah menetapkan target minimum tingkat pembelian dan jumlah pengunjung yakni Rp.500.000.000 perbulan, dengan target jumlah pengunjung perbulan 1000 konsumen, namun pada kenyataannya jumlah konsumen pada tiap bulannya tidak mampu target yang telah di tentukan.

**Tabel 1.2
Research Gap**

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Kualitas Produk (X1)	Risa Ria dan Yuliasmawati (2018) Tina Martini (2015)	Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Fasilitas (X2)	Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, dan Ni Putu Nita Anggraini (2016) Ahmad Gusful dan Bagus Prasetyo (2015)	Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian Fasilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Kualitas Pelayanan (X3)	Risa Ria dan Yuliasmawati (2018) Febriano Clinton Polla, Lishbeth Mananeke, dan Rita N Taroreh, (2018)	Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

(Sumber : Data yang diolah peneliti Tahun 2019)

Berdasarkan Uraian latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas dan adanya perbedaan penelitian sebelumnya, maka penulis melakukan penelitian dengan mengangkat judul tentang:

“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Eiger Adventure Store Jakarta”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh Fasilitas terhadap keputusan pembelian kosumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial?
4. Apakah Kualitas Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara simultan?

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini membatasi masalah pada:

1. Dengan keterbatasan waktu dan dana maka peneliti hanya membahas mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Periode bulan Mei 2019 sampai dengan juli 2019
2. Penelitian dilakukan pada Eiger Adventure Store Jakarta

1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang dilakukan oleh penulis berkaitan dengan masalah yang telah diuraikan di atas:

- a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial
- b. Untuk mengetahui pengaruh Fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial
- c. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger Adventure Store Jakarta secara parsial

- d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eiger adventure store Jakarta secara simultan

1.4.2. Kegunaan Penelitian

- a. Bagi Peneliti penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan untuk memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar Sarjana
- b. Bagi Akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai keputusan pembelian konsumen bagi pembaca dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.
- c. Bagi Perusahaan menjadi salah satu sumber informasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saat datang ke Eiger adventure store radio dalam dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan dunia retail.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini secara garis besar akan dibagi menjadi lima bagian, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Membahas teori-teori yang akan berhubungan dengan penelitian dan akan digunakan sebagai landasan teori atau pedoman dalam pembahasan yang akan dikemukakan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang akan digunakan dalam melaksanakan penelitian.

BAB IV : ANALISA DAN EVALUASI

Dalam bab ini menguraikan tentang analisa dan evaluasi antara teori dan praktek serta meninjau seberapa besar perbedaan dan persamaan antara uraian teoritis dan praktek tersebut.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran.