BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini banyak dan beraneka ragam usaha yang berkembang. Dunia mode pun sekarang di dalam negeri sangat berpengaruh bagi masyarakat termasuk mode kacamata dan softlens. Oleh karena itu banyak optik bermunculan. Optik sangat berpengaruh dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan perkantoran. Optik sendiri menjual kacamata dan lensa dimana lensa merupakan jendela dunia. Mata manusia adalah alat indra penglihatan penting bagi manusia. Tingginya aktivitas serta banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi gangguan tajam penglihatan terhadap seseorang mengakibatkan tingginya angka kelainan reflaksi, dengan kondisi tersebut dijelaskan bahwa seseorang membutuhkan kacamata sebagai alat bantu penglihatan karena matanya sudah tidak berfungsi normal lagi. Frame kacamata atau bingkai kacamata saat ini bukan lagi digunakan sebagai alat penglihatan saja tetapi sudah menuju ke arah kosmetik atau fashion, dan juga penggunaan kacamata sudah lebih ke arah kesehatan dan keselamatan dari bahaya kecelakaan kerja.

Berbagai macam optik-optik muncul di Indonesia menyebabkan terjadinya persaingan yang ketat mengharuskan perusahaan berusaha keras

untuk mempertahankan pangsa pasar yang ada saat ini, bahkan kemungkinan bisa memperluas pangsa pasar yang ada. Karena usaha di dunia optik menjanjikan karena kemungkinan akan mendapatkan omset besar karena produk yang di jual adalah produk dengan harga yang bisa dibilang tinggi.

Perusahaan yang cerdas berusaha untuk memahami proses keputusan pembelian pelanggan secara penuh, semua pengalaman mereka dalam pembelanjaan, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan produk. Konsumen melalui lima tahap :pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian dimulai jauh sebelum pembelian aktual dan mempunyai konsekuensi dalam waktu lama setelahnya.

Berkaitan dengan teori Keputusan Pembelian yang memiliki beberapa tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar memilih suatu produk untuk dibeli.

Banyak aspek yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk di Optik Tunggal Sempurna . Salah satu aspeknya yaitu Kualitas Pelayanan ini penting karena berdampak besar bagi perusahaan dan merupakan citra perusahaan itu sendiri karena kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kesan profesionalitas tinggi untuk sales itu sendiri dan akan timbul rasa nyaman serta dihargai sebagai konsumen maka akan terjadi keputusan pembelian bahkan akan timbul keputusan pembelian. Setiap optik memiliki standart pelayanan masing-masing yang berbeda-beda di Optik Tunggal Sempurna salah satunya adalah mereka membuat gedung dan

kenyamanan pada tempat area jual, serta menggunakan alat optik yang modern dan canggih seperti alat mengukur kelainan pada bola mata bahkan mempunyai alat yang bisa mendeteksi diabetes dilihat dari pola mata seseorang, serta Optik Tunggal Sempurna sendiri mempunyai standart sendiri pada penampilan staf nya dengan selalu memakai rambut di sirkam untuk wanita dan pria di potong pendek tidak boleh melebihi kerah baju dan memakai pakaian yang seragam warna putih ciri khas optik tunggal sempurna untuk menimbulkan kesan profesional. Selain itu Optik Tunggal Sempurna juga memberikan pelayanan kacamata bisa jadi satu jam selain itu untuk lensa-lensa khusus yang harus di proses di Laboratorium 4 hari. Serta menyediakan jasa seperti cuci kacamata gratis, periksa mata gratis tanpa harus mengeluarkan biaya,stell kacamata bahkan free nose pad . Serta karyawan yang bekerja di Optik Tunggal Sempurna selalu di bekali pengetahuan tentang produk kacamata, lensa maupun standar pelayanan guna untuk menambah pengetahuan staff dan agar mempermudah dalam menjawab setiap pertanyaan pelanggan. Serta komunikasi yang baik dan selalu menanyakan kebutuhan konsumen ketika datang ketoko serta memahami kepentingan konsumen.

Berkaitan dengan teori Kualitas Pelayanan, memiliki keseluruhan fitur dan sifat produksi atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang di nyatakan atau tersirat. Kualitas jasa perusahaan diuji pada setiap pelaksanaan jasa.berdasarkan skala SERVQUAL terdapat lima determinan kualitas jasa yaitu keandalan, Responsivitas,

Jaminan, Empati, dan Wujud. Ada zona toleransi atau kisaran dimana dimensi jasa dianggap memuaskan. Ditandai dengan tingkat kesedian minimum konsumen untuk menerima dan tingkat dimana mereka percaya bahwa jasa bisa dan harus dihantarkan kepada mereka.

Kualitas produk yang ditawarkan Optik Tunggal Sempurna adalah Lensa yang tahan lama tidak mudah baret dan rusak karena di import bahan lensa dari Jerman dan design sendiri di Optik Tunggal Laboratirum, serta karakteristik dari produk Oakley yang memiliki teknologi Crosslink yaitu temple tangkai kacamata dapat di ganti sesuai selera jadi dapat di sesuaikan dengan aktifitas konsumen itu sendiri, serta tampilan kacamata yang selalu up todate dan menggunakan kemasan yang mewah menciptakan nilai lebih untuk produk itu sendiri.

Berkaitan dengan teori Kualitas Produk, memiliki kemampuan dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas , reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya,

Dalam keputusan pembelian salah satu faktor yang tidak kalah pentingnya yaitu Promosi. Saat ini juga banyak konsumen yang lebih mementingkan Promosi karena sebelum pelanggan melakukan keputusan pembelian suatu produk biasanya pelaggan harus terlebih dahulu mengenal produk yang ingin mereka beli melalui Sales Promotion dan Public Relation. Banyak optik-optik sekarang memanfaatkan promosi ini untuk meningkatkan penjualan mereka apabila perusahaan tersebut mampu memperluas promosi

dan kreatif serta cerdik melihat peluang yang ada saat ini maka akan dapat unggul di pasar konsumen.

Bentuk promosi yang dilakukan Optik Tunggal Sempurna dalam sales promotion adalah dengan memberikan discount setiap bulan yang berbeda-beda , memberikan satu coupons setiap transaksi minimal Rp.2.000.000 untuk dapat di tukarkan berupa nomer undian, lalu memberikan free trail contact lens gratis . Untuk meningkatkan citra perusahaan promosi yang di lakukan mengadakan berbagai events spesial di tempat-tempat sosial, sekolah-sekolah serta di mall-mall besar di Jakarta, memberikan sponsor pada event-event yang diadakan di mall , ikut serta mensponsori dalam event-event yang sedang berlangsung.

Berkaitan dengan teori promosi bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk maupun brand yang dijual.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang relavan telah dilakukan sebelumnya. Penelitian-penelitian sebelumnya masih menunjukan hasil penelitian yang berbeda. Berikut ini merupakan penelitian-penelitian sebelumnya terkait riset GAP:

Tabel 1.1

Riset GAP

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Kualitas Pelayanan (X1)	Agus Sriyanto(2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

	Rahmi Rosita (2016)	Tidak Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Kualitas Produk (X2)	Novemy Triyandari Nugroho (2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan ` Pembelian
	Josiel Driand Pandensolang(2015)	Tidak Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
Promosi (X3)	Novemy Triyandari Nugroho(2015)	Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
	Maulana Umaternate, Willem JF Tumbuan, Rita Taroreh(2014)	Tidak Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Sumber : Di Olah Penulis, 2017

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian **" Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap keputusan pembelian pada Optik Tunggal Sempurna"**

1.2 Perumusan Masalah

a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna?

b. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna?

c. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna?

d. Apakah Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna?

1.3 Pembatasan Masalah

a) Dalam penelitian ini penulis hanya membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

b) Penelitian dilakukan hanya pada Optik Tunggal Sempurna Cabang Lippo Mall Kemang untuk Periode 2017.

1.4 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1). Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna.

b. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna.

c. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Tunggal Sempurna.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

d. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi pada Optik Tunggal Sempurna.

2). Kegunaan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi di Universitas Satya Negara Indonesia

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan (PT. Optik Tunggal Sempurna) tentang kualitas pelayanan, kualitas produk dan promosi yang diinginkan sehingga meningkatkan penjualan perusahaan.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan melengkapi penelitian yang sudah ada, dan dapat menjadi sumber untuk penelitian selanjutnya.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA