

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Kemajuan di bidang ekonomi saat ini telah banyak membawa perkembangan yang pesat dalam bidang usaha, dengan teknologi ini banyak bermunculan pelaku usaha yang bergerak di bidang perdagangan eceran yang berbentuk toko, swalayan, minimarket, department store dan lain-lain. Hal ini mengakibatkan timbulnya persaingan di antara perusahaan tersebut. Untuk memenangkan persaingan, setiap perusahaan dituntut agar berusaha dalam menerapkan strategi yang tepat untuk menguasai pasar. Perusahaan harus lebih peka, kreatif dan inovatif dalam menghadapi perubahan yang ada baik dari segi politik, sosial budaya maupun ekonomi. Hal ini dikarenakan seiring dengan semakin meningkatnya daya beli masyarakat, maka permintaan barang dan jasa baik secara kualitas maupun kuantitasnya akan meningkat pula, untuk itu para produsen bersaing dan belomba-lomba untuk menawarkan berbagai macam barang ataupun jasa kepada konsumen.

Perkembangan teknologi dan zaman yang semakin modern secara tidak langsung hal ini juga berdampak terhadap pandangan maupun gaya hidup masyarakat Indonesia. Kondisi tersebut banyak dimanfaatkan oleh beberapa perusahaan besar untuk bersaing satu sama lain memberikan pelayanan maupun produk dengan kualitas terbaik demi menarik perhatian masyarakat. Sebelum konsumen melakukan pembelian suatu produk, maka

terlebih dahulu mereka akan memperhatikan hal-hal yang menjadi acuan dalam mengambil sebuah keputusan pembelian seperti masalah kualitas produk, kualitas pelayanan yang didapat.

Setiap pelaku usaha harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen, mereka harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena saat ini konsumen semakin selektif dalam memilih dan melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian, pembelian penggunaan produk dan merk pada setiap periode tertentu.berbagaimacam keputusan mengenai aktivitas kehidupan sering kali harus dilakukan oleh konsumen setiap hari. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen hendaknya selalu memikirkan apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang diinginkan oleh konsumen, dan pelayanan yang bagaimana disenangi oleh para konsumen sebab hal ini akan memengaruhi mereka untuk mengambil keputusan membeli barang dan jasa perusahaan yang mereka butuhkan.

Tabel 1.1  
Data Survei Keputusan Pembelian

Tahun	Jumlah Pengunjung	Tingkat Keputusan Pembelian	
		Puas	Tidak Puas
2018	19.851	73%	27%
2019	18.349	67%	33%
2020	5.987	64%	36%
2021	4.983	61%	39%

Berdasarkan table 1.1 dapat dilihat bahwa pada tahun 2018 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 73% dari jumlah pengunjung 19.851 orang, pada tahun 2019 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 67% dari jumlah pengunjung 18.349 orang, pada tahun 2020 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 64% dari jumlah pengunjung 5.987 orang, dan pada tahun 2021 tingkat kepuasan pelanggan hanya mencapai 61% dengan jumlah pengunjung 4.983 orang. Fenomena yang terjadi pada keputusan pembelian ini yaitu terjadinya penurunan keputusan pembelian pelanggan Hypermart Puri Indah Jakarta Barat yang signifikan selama 4 tahun terakhir.

Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli, di mana keputusan pembelian dapat diukur dari beberapa indikator seperti, pilihan produk, pilihan merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran. Keputusan pembelian adalah suatu proses yang berasal dari semua pengalaman konsumen dalam belajar, memilih, menggunakan, dan bahkan menyingkirkan suatu produk.

Hasil wawancara kepada saudara Indri, seorang konsumen yang berbelanja di Minimarket HYPERMART PURI INDAH, konsumen tersebut menyatakan bahwa “Kalau dilihat harga barangnya, menurut saya harga barang di Minimarket tersebut sedikit lebih mahal dari toko lain, padahal produknya sama, tapi karena disini macam barangnya banyak trus dekat rumah, mendingan saya beli disini dari pada repot-repot masuk pasar.” Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa meskipun harga produksi Minimarket HYPERMART

PURI INDAH mahal dari toko lain konsumen tetap membeli produk di Minimarket HYPERMART PURI INDAH dikarenakan, kemudahan lokasi serta banyaknya varian barang yang dijual.

Ibu Yeni menyampaikan kepada peneliti bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan masih kurang maksimal. Karyawan masih kurang tanggap dan kurang mengusai. Beberapa karyawan ketika di tanyai sebuah produk, justru malah menyuruh konsumen meminta bertanya kepada kasir. Tetapi ia senang berbelanja pada Minimarket ini karena menyediakan kebutuhan sehari-hari yang lumayan lengkap sehingga pembeli dapat langsung memilih sendiri.

Ibu Mei menyampaikan bahwa pada produk yang ada di Minimarket ini memiliki kualitas produk yang sangat kurang, sehingga ia harus sedikit lebih teliti untuk memilih milih produk mana yang akan dibeli.

Keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli dan digunakan. Sebelum membeli, konsumen terlebih dahulu membuat beberapa pilihan, apakah akan membeli atau tidak. Konsumen yang terus melakukan pembelian dapat diindikasikan bahwa konsumen tersebut setia. Beberapa variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yakni harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk.

Harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa. Atau dapat didefinisikan secara luas harga sebagai jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk

atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya.

Harga sebagai salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi jual beli secara lancar.

Penciptaan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggannya maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Dengan menciptakan kualitas layanan diharapkan tidak ada lagi pelanggan yang merasa kecewa atas kualitas layanan yang rendah. Tinggi rendahnya mutu pelayanan *Hypermart* di Jakarta yang disajikan oleh faktor-faktor sumber daya karyawan dan interaksi kegiatan yang digerakkan melalui proses atau prosedur tertentu dalam memanfaatkan sumber daya yang ada.

Tabel 1.2  
Daftar Harga Groceries, Non Groceries dan Frash

Jenis Departemen	Jenis Barang	Harga
Groceries	Beras 1 Karung	Rp 170.000
Non Groceries	Pakaian Baju	Rp 100.000
Frash	Sayuran	Rp 20.000

Dari tabel 1.2, fenomena saat ini yang berkaitan dengan harga yaitu terdapat perbedaan dari segi harga yang cukup signifikan antara produk yang dijual oleh hypermart puri indah Jakarta Barat. Berkurangnya jumlah kunjungan di karenakan perbedaan harga yang cukup signifikan sehingga pengunjung akan memeperhitungkan kembali untuk membeli jasa tersebut, harga sangatlah berpengaruh bagi setiap pelanggan karena pelanggan sekarang mayoritas mencari yang lebih murah.

Harga merupakan label yang ada dalam sebuah produk yang harus dibayar agar bisa mendapatkan produk atau yang diharapkan jasa. Harga juga menjadi suatu perbandingan dalam menggunakan produk atau jasa. Ini berarti jika harga yang ditentukan sesuai dengan apa yang diharapkan maka pelanggan akan merasa puas dalam menggunakan jasa tersebut. Seperti halnya harga dalam suatu produk di mana setiap perusahaan di bidang jasa mempunya harga yang bersaing seperti, Groceries, Non Groceries, dan Frash, tetapi yang sedang banyak dinikmati oleh pelanggan sekarang ini adalah pada saat pandemi saat ini Persaingan harga di bidang jasa pastinya sangat ketat maka itu di Hypermart sendiri di masa pandemi hypermart sendiri membuka aplikasi yang bernama HappyFresh untuk memudahkan pelanggan untuk membeli produk-produk mereka dari mana saja melalui aplikasi tersebut. Dari aplikasi tersebut pihak hypermart memberikan diskon atau potongan harga yang lainnya dari produknya itu sendiri yang mempunyai promo yaitu dalam bentuk Member (*Voucher*) Pembelian voucher ini pelanggan mendapatkan untung 20% hingga 30% dan promo ini sangatlah menarik bagi para pelanggan dikarenakan lebih hemat dan

lebih bagusnya lagi di hypermart pelanggan yang membeli voucher bisa diantar ke alamat pelanggan sehingga pelanggan tidak perlu ke hypermart untuk membeli produk mereka.

Kualitas adalah sesuatu yang harus dikerjakan bagi penyedia jasa dengan baik. Kualitas suatu produk atau jasa merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Pelayanan merupakan ujung tombak dari penjualan atau pemasaran suatu produk. Tanpa didukung oleh pelayanan yang baik dan memberikan kepuasan bagi pelanggan, target atau peningkatan pemasaran sukar untuk dicapai atau memenuhi sasaran yang diharapkan.

Pelayanan merupakan serangkaian aktivitas yang tidak dapat diraba dan terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pemberi pelayanan dan yang diberi pelayanan, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan dimulai dari kebutuhan pengguna jasa dan berakhir pada persepsi pengguna jasa, maka kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa atau yang memberikan pelayanan dalam memenuhi harapan pengguna jasa secara konsisten.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Hal ini berdampak pula pada usaha swalayan *Hypermart* di Jakarta, terutama kualitas pelayanan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan segala bentuk pelayanan yang dilakukan seseorang atau

penyelenggara jasa secara maksimal dengan berbagai keunggulan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Kualitas produk merupakan mutu dari produk yang diproduksi oleh perusahaan di mana kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dijual dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dewasa ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Kualitas produk yang baik merupakan pertimbangan sendiri bagi konsumen yang akan membeli produk tertentu khususnya produk di *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.

Berdasarkan pengamatan awal penelitian sebagai identifikasi masalah adalah sebagai berikut:

- 1) Masih adanya beberapa harga produk yang belum terjangkau pelanggan untuk membeli.
- 2) Adanya kenaikan harga produk yang mendadak.
- 3) Belum optimalnya pelayanan yang diberikan karyawan.
- 4) Kualitas pelayanan saat konsumen dikasir terlihat masih antri.
- 5) Masih adanya produk yang rusak dan belum diganti.
- 6) Pelanggan keluar dari *Hypermart* dengan tangan hampa, karena produk yang dicarinya belum tersedia.
- 7) Keputusan pembelian pelanggan terhambat karena harga yang mahal, kualitas pelayanan minim, dan kualitas produk yang tidak sesuai harga.



Penelitian terdahulu terkait harga, kualitas pelayanan, kualitas produk dan keputusan pembelian diantaranya Handayani dan Rahayu (2021) dengan judul pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan kriteria kepada konsumen yang membeli produk, dengan jumlah responden yang ditetapkan adalah 144 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

**Tabel 1.3**  
**Research Gap**

Variabel	Peneliti	Hasil Penelitian
Harga	Rosalina (2018)	Berpengaruh
	Koelangan (2018)	Berpengaruh
	Ferdy roring (2018)	Tidak Berpengaruh
Kualitas pelayanan	Mia audina (2017)	Berpengaruh
	Melinda (2017)	Berpengaruh
	Sri langgeng ratnasari (2017)	Tidak Berpengaruh
Kualitas produk	Rochyan Ridho (2016)	Berpengaruh
	Mukeri Warso (2016)	Berpengaruh
	Aziz Fathoni (2016)	Tidak Berpengaruh

Berdasarkan fenomena tersebut dan adanya perbedaan hasil penelitian di atas dengan teori, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan judul: “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Puri Indah Jakarta Barat”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka identifikasi masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Masih adanya harga yang tidak terjangkau masyarakat karena terlalu mahal.
2. Kualitas pelayanan belum optimal dalam menjangkau ekspektasi pelanggan.
3. Masih adanya produk yang dijual di pasaran memiliki kualitas produk rendah atau tidak sesuai harapan pelanggan.
4. Diduga keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk.

#### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini di batasi pada: Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada *Hypermart Puri Indah*, Jakarta Barat.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart Puri Indah*, Jakarta Barat?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart Puri Indah*, Jakarta Barat?

3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah penelitian yang tersebut di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
3. Pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
4. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.

### **F. Manfaat Penelitian**

Manfaat hasil dari penelitian ini, terbagi atas secara teoritik dan praktis, diantaranya:

#### **1. Bagi Penulis**

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara bagaimana cara masyarakat dalam berbelanja serta menentukan suatu keputusan yang akan di ambil oleh masyarakat. Penelitian ini juga menjadi salah satu syarat kelulusan Penulis dalam menyelesaikan pendidikan.

## 2. Secara Teoretis

- a. Memberikan perspektif baru dan penambahan jumlah penelitian mengenai harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
- b. Penelitian ini membantu para *stakeholders* dalam menilai program-program, aturan dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
- c. Menambah wawasan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.

## 3. Secara Praktis

- a. Dapat memberikan masukan bagi *manager* terkait harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.
- b. Bagi karyawan, bukan hanya tugas rutin saja yang dilakukan, melainkan melakukan bukti nyata terkait harga, kualitas pelayanan dan kualitas

produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.

- c. Bagi pelanggan dan masyarakat, dapat memperoleh pengetahuan dan memahami lebih mendalam mengenai terkait harga, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Hypermart* Puri Indah, Jakarta Barat.

