

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan dalam dunia industri di Indonesia banyak mengalami kemajuan. Hal ini terlihat dari jumlah pelaku industri yang terus meningkat setiap tahunnya, banyak jenis industri yang berdiri, dan tingkat persaingan yang ketat antara perusahaan satu dengan yang lainnya. Persaingan-persaingan nyata ini dapat dilihat dalam penawaran produk/jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut agar dapat diminati konsumen, sehingga dapat meningkatkan hasil atau penjualan perusahaan. Bahkan dalam persaingan ini perusahaan tidak hanya dituntut meningkatkan kualitas produknya agar diminati oleh para konsumen, tetapi mereka juga harus meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat tampil unggul dalam sebuah persaingan. Salah satunya adalah perusahaan ritel atau departemen store, dimana produk-produk sejenis yang dihasilkan oleh para pesaing sudah semakin tipis perbedaan dalam hal kualitas produknya, maka pada saat ini satu-satunya yang akan menjadi penopang agar perusahaan dapat terus bersaing untuk menjadi pemenang adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2016) kualitas merupakan ciri dan karakteristik yang menyeluruh tentang suatu produk yang mendorong kemampuan untuk memuaskan kebutuhan. Definisinya berfokus pada konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan yang berpusat kepada konsumen harus mempertimbangkan apa saja hal-hal yang diinginkan, dibutuhkan, diminati, dan disukai oleh konsumen. Hal ini dikarenakan akan menjadi pengaruh apakah konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk yang diberikan atau ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi perhatian utama konsumen ketika membuat keputusan. Layanan yang berkualitas mendorong konsumen agar menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan.

Salah satu departemen store yang ada di Sidoarjo dan sangat berkembang pada saat ini adalah Matahari departemen store. Matahari departemen store yang ada di Sidoarjo ini menjadi salah satu pilihan konsumen sebagai tempat berbelanja, karena menawarkan beberapa produk trend terkini untuk kategori pakaian dan mode. Bahkan kenyamanan saat membeli produk sangatlah diperhatikan dikarenakan hal ini dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dan kunjungan ulang ketika merasa puas.

Keputusan pembelian merupakan tahapan konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli beragam produk dan merek yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi informasi, melakukan pembelian dan kemudian mengevaluasi keputusan pasca pembelian. Menurut Kotler dan Amstrong (2016). Dalam keputusan pembelian ini terdapat suatu proses penting dalam strategi pemasaran, maka strategi pemasaran yang sukses membutuhkan pemahaman terhadap perilaku konsumen, sebab tindakan konsumen yang menjadi pengaruh terhadap perusahaan yang menjadi Lembaga untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan konsumen.

Pada saat ini perilaku konsumen sangatlah diperhatikan oleh sebuah perusahaan, maka dari itu service quality sangatlah dibutuhkan pada perusahaan retail. Ketika konsumen merasa tidak puas terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan maka citra perusahaan akan menurun. Karena pada saat ini konsumen yang merasa puas akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain. Ketika merasa puas konsumen tidak perlu memperhatikan merk atau pesaing perusahaan, dan akan selalu kembali berbelanja pada tempat yang sama.

Tidak jarang juga konsumen yang datang merasa kurang puas atas layanan yang diberikan oleh perusahaan, hingga melakukan complain kepada pihak manajemen karena merasa dihiraukan oleh pemberi layanan. Hal ini dapat menyebabkan kerugian pada pihak perusahaan salah satunya adalah tingkat penjualan yang menurun, hal ini terjadi karena pelanggan yang merasa kurang puas dengan pelayanan tidak akan terjadi proses keputusan pembelian. Jika hal ini terjadi terus menerus maka akan menyebabkan kerugian pada perusahaan atau penurunan traffic customer. Evaluasi kualitas pelayanan sangatlah diperlukan oleh perusahaan agar tidak ada hal-hal yang tidak diinginkan terjadi diperusahaan, karena konsumen merupakan kunci utama agar perusahaan dapat terus berkembang menjadi lebih baik.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan diperlukan suatu perbaikan-perbaikan didalam pelayanan tersebut, metode *servqual* (*service quality*) yang akan digunakan dalam penelitian ini karena mudah dipahami, mempunyai instrumen yang jelas untuk melakukan pengukuran, dapat menilai kualitas jasa perusahaan sesuai dengan persepsi konsumen serta dapat mengetahui harapan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan (Yayang Eluis Bali Mawartika, 2019). Pada metode *servqual* dapat melakukan perhitungan skor rata-rata tingkat kepentingan (harapan konsumen) dan kinerja (persepsi konsumen) pelayanan untuk tiap dimensi *servqual* yang mana dimensi berupa *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Nilai *servqual* dapat diperoleh dengan memberi penilaian pada masing-masing variabel, baik pada variabel persepsi maupun variabel harapan yang didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada konsumen. Hasil penilaian

responden kemudian diolah sehingga dapat diketahui nilai servqual dari pelayanan penyedia jasa.

Berdasarkan penelitian terdahulu dari Eko Sinaga (2017), yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Showroom IVO Mobil Tritura Medan” dengan menggunakan metode uji validitas dan reliabilitas, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada showroom IVO mobil tritura Medan. Yang artinya kualitas pelayanan merupakan faktor cukup penting untuk mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hanna Avivah (2018), yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan” dengan menggunakan metode analisis data SEM (Structural Equation Modelling). kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang ada dalam penelitian ini dinilai dari penilaian subjektif terhadap apa yang dirasakan pelanggan. penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menyebabkan pelanggan melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Yandra Prananda, Dyah Rachmawati Lucitasari dan M. Shodiq Abdul Khannan (2019), yang berjudul “Penerapan Metode Service Quality Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Pelanggan” dengan menggunakan metode ServQual , menyatakan bahwa rata-rata responden lebih memilih kepentingan/harapan pada dimensi empati dibandingkan dengan dimensi-dimensi yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa empati atau memahami kebutuhan para pelanggan lebih diprioritaskan pada suatu pelayanan.

Berdasarkan dari penjelasan diatas, maka penulis akan melakukan penelitian tentang “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Matahari Mall Sidoarjo” yang mempunyai tujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Matahari Departemen Stode di Sidoarjo.

1.2 Perumusan Masalah

Mengacu pada uraian dan penjelasan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah tingkat kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Matahari Sidoarjo ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan dalam penelitian ini dan agar bahasan pada penelitian mempunyai arah dan tujuan yang jelas, peneliti menentukan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan pada konsumen Matahari Sidoarjo Plaza
2. Fator pertimbangan dalam keputusan pembelian di Matahari Sidoarjo Plaza dibatasi pada kualitas layanan

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan dan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Mataharai Sidoarjo

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat bagi perusahaan
Kegunaan penelitian ini dapat memberikan masukan bagaimana pengaruh kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dapat memberikan pengaruh baik untuk meningkatkan omset perusahaan.
2. Manfaat bagi Lembaga
Sebagai sumbangan ilmu pengetahuan di bidang pengembangan industri serta dapat menjadi dasar penelitian selanjutnya dan sebagai bahan referensi ilmiah yang dapat digunakan oleh pihak yang memerlukan untuk bahan pertimbangan.
3. Manfaat bagi mahasiswa
Sebagai aplikasi teknik dalam teori akademis yang peneliti dapatkan selama pembelajaran internal.
4. Manfaat bagi peneliti
Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti dalam memperluas wawasan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dimana perusahaaa harus dapat mempelajari perilaku konsumen agar dapat dalam menciptakan keputusan pembelian.