BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis jasa, khususnya jasa *delivery* di Kota Lamongan mangalami peningkatan yang cukup pesat. Sejak diberlakukannya pasar bebas di Indonesia, membuka arus perdagangan dan jasa pengiriman semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta era globalisasi menuntut manusia untuk memiliki mobilitas yang tinggi.

Dengan berkembangnya dunia *mobile* yang sekarang ini, media iklan di media-media yang telah ada sebelumnya menjadi kurang populer. Masyarakat pada masa sekarang ini dalam kehidupan sehari-hari lebih memilih untuk mendapatkan suatu informasi dan layanan dengan cara lebih instan dan cara yang tidak perlu membuang waktu. Beberapa golongan masyarakat yang terbiasa memakai *gadged* maka akan lebih memilih cara yang serba cepat, *instan* dan tidak membuang waktu dalam kehidupannya, yaitu dengan *gadget* atau *smart phone* itu sendiri dengan menggunakan *via whatsapp* yang dapat membantu segala kebutuhan yang akan digunakan oleh pengguna.

Menurut Kotler dan Keller dalam Chandra dan Tielung (2015) menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan proses psikologis dasar yang memainkan peranan penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Apabila kinerja Cak Ed Lamongan tidak memenuhi harapan konsumen, maka konsumen tidak merasa puas. Dan apabila kinerja Cak Ed Lamongan melebihi harapan konsumen, maka konsumen sangat puas dan loyalitas.

Hasil penelitian Chandra dan Tielung (2015) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Keputusan konsumen akan timbul dengan adanya proses penentuan motifasi terhadap kualitas pelayanan maupun jasa yang tidak memenuhi harapan konsumen. Keputusan konsumen menentukan seberapa harapan konsumen untuk menentukan kualitas pelayanan dari Cak Ed Lamongan. Apabila kualitas pelayanan Cak Ed Lamongan tidak memenuhi harapan konsumen maka ketidak puasan akan menentukan keputusan konsumen.

Kegiatan Delivery Order sudah berkembang dan bergeser pada nilai lain, diantaranya motif emosional. Sehingga keputusan konsumen akan dipengaruhi oleh promosi, dengan adanya promosi konsumen akan lebih tertarik untuk delivery order. Apalagi saat ini di kota Lamongan juga ada ojek online yang juga di sertai dengan delivery order. Namun ada berbagai macam alternatif lain yang di nilai dari segi harga yang merupakan keberhasilan suatu usaha untuk menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh. Untuk itu, menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan Cak Ed Lamongan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh Cak Ed Lamongan.

Harga merupakan sebagai pilihan jasa yang akan di gunakan, karena harga yang ditawarkan ke konsumen haruslah sesuai dan memadai dengan kuliatas dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa. Gitosudarmo (2000:228) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya. Harga merupakan faktor kendali kedua yang dapat ditangani

oleh manajemen penjualan atau pemasaran untuk memahami inti pokok tentang pengambilan keputusan yang menyangkut penetapan harga.Menurut Erwin Rediono Tan (2011) menunjukkan diperoleh temuan bahwa secara individu harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Fenomena harga terhadap keputusan konsumen, Cak Ed Lamongan menawarkan harga sesuai jarak yang di tempuh oleh *driver*, apabila konsumen order lebih dari satu tempat pembelian, maka dikenakan biaya charge tempat pembelian. Jika konsumen tidak puas akan adanya charge sebab itu akan menimbulkan keputusan konsumen dengan adanya charge tempat *delivery order* tersebut.

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam *marketing mix* (bauran pemasaran) yang penting di laksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk atau jasanya. Alma (2005: 110) mengatakan bahwa promosi adalah jenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan agar konsumen bersedia menjadi pelanggan. Oleh karena itu Menurut Erwin Rediono Tan (2011) menyatakan bahwa promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Fenomena promosi terhadap keputusan konsumen, Cak Ed Lamongan dalam memberikan promosi tidak dengan cara periklanan pada media cetak, tetapi mempromosikan produk tersebut dengan cara dari mulut ke mulut.Cak Ed Lamongan juga memberikan promosi dengan caramenukarkan 10 nota Cak Ed maka mendapatkan free ongkir satu kali pengiriman kepada konsumen.

Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untuk memesan jasa akan menjadi tertarik dan ingin mencoba untuk melakukan order. Oleh sebab itu akan menimbulkan keputusan konsumen dengan adanya promosi yang telah di berikan Cak Ed Lamongan.

Supranto (2006: 226) menyatakan bahwa Kualitas Layanan adalah sebuah kata yang dibagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas Pelayanan merupakan keharusan yang harus dijaga dan ditingkatkan apabila sebuah perusahaan ingin tetap konsumen menjadi suatu pelanggan. Menurut Denny Daud (2013) hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi dan kualitas layanan secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Fenomena kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen, Cak Ed Lamongan dalam kualitas pelayanan kurang adanya driver sehingga konsumen yang order akan pending terlebih dahulu, namun Cak Ed Lamongan juga mengutamakan segi kecepatan dan ramah terhadap konsumen, sehingga membuat jasa Cak Ed Lamongan dapat dipercayai oleh banyak konsumen. Apabila dalam kualitas pelayanan tersebut sangat berkualitas bagi konsumen maka akan berpengaruh terhadap suatu keputusan konsumen.

Perusahaan yang jeli dalam melihat persaingan pasar, tidak akan melihat kepada penjualan dan besarnya laba saja. Tetapi, mereka juga menginvestasikan diri dalam jangka panjang oleh karena itu perusahaan memberikan pelayanan yang baik, memberikan harga yang paling terjangkau dan promosi secara besar-besaran sehingga konsumen dapat melakukan pemesanan ulang di Cak Ed Lamongan.

Bagi perusahaan dalam bidang jasa, keputusan pembelian konsumen dalam memesan *delivery order* menjadi penting dipelajari. Dengan mengetahui keputusan konsumen dalam memesan *delivery order* akan ditentukan strategi apa yang dapat dilakukan untuk dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam *delivery order* yang ditawarkan. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan Jasa Delivery di Cak Ed Lamongan".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena di atas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Delivery di Cak Ed Lamongan?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Delivery di Cak Ed Lamongan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Delivery di Cak Ed Lamongan?
4. Apakah Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Delivery di Cak Ed Lamongan?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan umum :

a. Sebagai salah satu perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi dan untuk memperoleh pengalaman praktis dalam penelitian.
b. Sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi buana Surabaya.

1.3.2 Tujuan Khusus :

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa delivery di Cak Ed Lamongan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mencoba untuk memodelkan suatu fenomena yang ada dan dimodifikasikan dengan model yang sudah dilakukan oleh penelitian sebelumnya. Diharapkan dari penelitian ini akan dapat memberikan berbagai macam manfaat baik secara teoritis dan praktis. Adapaun manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini memberikan tambahan wawasan tentang teori harga, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan konsumen, sebagai pengetahuan untuk peneliti dalam pengembangan ilmu di dunia kerja.
2. Mafaat Praktis
   a. Bagi Cak Ed Lamongan

      Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan pada perusahaan jasa delivery Cak Ed Lamongan. Sehingga dapat digunakan sebagai

bahan pertimbangan dalam menetapkan kebjakan-kebijakan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya dimasa yang akan datang.

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dari hasil peneltian yang dilakukan oleh peneliti terdapat manfaat yang begitu besar bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yaitu :

a. Guna melengkapi perpustakaan apabila dibutuhkan suatu saat nanti.
b. Sebagai bahan referensi untuk mahasiswa di masa yang akan datang khususnya dalam bidang pemasaran.

c. Bagi Peneliti

a) Penelitian ini guna memberikan tambahan ilmu dan wawasan yang bermanfaat khususnya mengenai pentingnya harga, promosi, kualitas pelayanan dan keputusan konsumen.
b) Sebagai penerapan teori Manajemen dalam bidang pemasaran yang di dapat selama studi perkuliahan yang dapat diterapkan pada dunia kerja.

[Halaman yang sengaja dikosongkan]