

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini timbul karena banyaknya pengusaha-pengusaha atau pelaku bisnis yang baru. Persaingan bisnis yang membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pertumbuhan yang selalu meningkat dari waktu ke waktu selalu diharapkan oleh pebisnis.

Berbagai cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada. Usaha yang didirikan dan dikelola untuk menghasilkan suatu produk, baik berupa barang maupun jasa. Produk itu dipasarkan dan dijual kepada pihak lain, baik individu, maupun kelompok, yang memerlukan produk itu untuk memenuhi sebagian kebutuhannya. Dengan demikian, diperlukan pemasaran yang baik karena pemasaran merupakan salah satu bidang fungsional yang peranannya sangat identik dalam kehidupan suatu usaha.

Dalam memasarkan produk, para pebisnis melakukan upaya pemasaran yang dilakukan secara terintegrasi dengan strategi pencapaian tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan proses mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang menarik, pelayanan yang berkualitas dan harga yang kompetitif. Pemasaran juga berkaitan dengan perilaku konsumen dengan tujuan agar konsumen

melakukan pembelian barang dan jasa. Perilaku konsumen meliputi jawaban atas pertanyaan seperti : apa yang di beli, dimana membeli, bagaimana, kebiasaan membeli dan dalam keadaan apa barang-barang dan jasa yang dibeli. Memahami perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan atau mengatur pembelian barang atau jasa.

Candra Gunawan (2018) mengemukakan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian terpenting dari perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk dan jasa. Dalam pengambilan keputusan, konsumen tidak dapat dibedakan dari faktor-faktor yang mempengaruhi dan memotivasi konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata, konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan kemudian dapat menentukan sikap yang akan di ambil selanjutnya.

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Nilla Anggreani (2019) menyatakan bahwa jaminan terbaik atas pelanggan, pertahanan terkuat perusahaan dalam menghadapi persaingan, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama terhadap suatu keberhasilan perusahaan. Berkembang kualitas pelayanan akan didorong ketika adanya persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi dan

perekonomian. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keharusan yang harus ada dalam perusahaan, agar perusahaan mampu bertahan dan bersaing. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan memberikan pelayanan terbaik.

Salah satu perusahaan yang berada di Buduran Sidoarjo, PT. Lukindari Permata Sidoarjo yang merupakan partner PT. Unilever, Tbk. Perusahaan PT. Lukindari Permata Sidoarjo adalah distributor *ice cream* untuk wilayah Jawa Timur area Surabaya dan Sidoarjo. Peneliti menemukan permasalahan tantangan PT. Lukindari Permata Sidoarjo adalah keterbatasan karyawan menghadapi konsumen dengan jumlah yang banyak. Findo Winarto, Maria Magdalena (2017) menyatakan kualitas layanan dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Sri Wahyuni, (2016) harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, diantara variabel tersebut harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen atas produk dan jasa. Harga adalah jumlah uang yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk atau layanan, atau jumlah uang yang ditukar oleh pelanggan untuk memperoleh pendapatan.

Permasalahan PT. Lukindari Permata Sidoarjo selanjutnya adalah harga produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan keinginan konsumen dengan kualitas produk yang diterima. Arif Dili Apriliyanto (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas pelayanan dan harga, desain produk juga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Achmad Fikri Hanif (2017) desain produk adalah bagian dalam proses dan pengembangan dalam sistem yang terintegrasi dengan banyak bidang keilmuan yang lain. Proses desain berkontribusi dalam styling, menciptakan bentuk serta perasaan yang ditimbulkan oleh produk dalam interaksinya dengan konsumen sehingga dapat mempengaruhi seseorang melakukan keputusan pembelian. Menurut Anzaruddin Septian Pahlevi (2017) mendefinisikan desain atau rancangan produk sebagai totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan pelanggan. Jika desain produk memiliki kualitas dan tampilan yang cantik maka desain produk tersebut akan relevan dengan keputusan konsumen.

Penelitian Riany Buana Pertiwi, Yuyu Sri Rahayu (2020) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, jika melihat bentuk produk yang dihasilkan, desain merupakan pandangan awal konsumen, dan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Terdapat kesenjangan penelitian mengenai hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian yaitu pada hasil penelitian dari Findo Winarto (2017) dengan penelitian yang dilakukan oleh Mega Aynatusobik (2017). Penelitian Findo Winarto (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan tidak dominan pada

keputusan pembelian. Namun penelitian Mega Aynatusobik. (2017) menunjukkan bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan dan paling dominan pada keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang disajikan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan PT. Lukindari Permata Sidoarjo”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian PT. Lukindari Permata Sidoarjo.?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo.?
3. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo.?
4. Apakah kualitas pelayanan, harga dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo.?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo
2. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo
4. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian di PT. Lukindari Permata Sidoarjo

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh penulis, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti  
Peneliti dapat menambah wawasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian dan sebagai implementasi atas teori yang telah di dapatkan selama perkuliahan.
2. Bagi PT. Lukindari Permata Sidoarjo  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai kualitas pelayanan, harga dan desain terhadap keputusan pembelian. Sehingga

dapat menjadi masukan yang berguna bagi para pelaku pasar terutama pemilik PT. Lukindari Permata Sidoarjo, agar mampu memaksimalkan kualitas pelayanan, harga, dan desain produk.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian literatur mengenai Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

**Halaman ini sengaja dikosongkan**