

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Saat ini dalam dunia bisnis terjadi persaingan ketat terutama bisnis alat kesehatan, dengan adanya wabah virus COVID-19 sehingga masyarakat berbondongbondong melengkapi kebutuhan medis yang sesuai dengan protokol kesehatan agar tetap dapat menjalankan kegiatan diluar rumah di era new normal ini. Alat kesehatan merupakan peralatan yang digunakan kedalam tujuan medis berdasarkan tujuan penggunaannya , salah satunya alat kesehatan yang sedang ramai dicari oleh konsumen yaitu oximeter yang merupakan alat medis guna untuk memantau tingkat kadar oksigen dalam darah pasien , sebagai dasar untuk mengingatkan tenaga kesehatan pada pasien bahwa oksigen berada pada tingkat yang aman.

Pada era pandemi COVID-19 oximeter menjadi peranan yang sangat penting bagi konsumen untuk mengukur saturasi oksigen , namun dengan ramainya tentu ada saja yang membuat konsumen mengkhawatirkan produk tersebut dengan adanya tersebar video yang memperlihatkan cara membedakan oximeter yang asli dan palsu dengan menggunakan pensil untuk itu sangat diharapkan agar konsumen membeli alat medis ditoko alat kesehatan yang terpercaya jika membeli melalui online shop agar memperhatikan secara cermat ulasan yang telah diberikan pada konsumen yang telah membeli.

Cara untuk memastikan oximeter tersebut dapat berjalan dengan baik yaitu dengan memeriksa dijari yang berbeda dengan orang yang berbeda jika pada hasil menunjukkan bahwa denyut jantung tidak sama maka oximeter tersebut berjalan dengan baik atau asli.

Dibawah ini merupakan market share penjualan produk oximeter yuwel yx102 yang telah cepat menyebar luas di masyarakat sekitar.

Tabel 1.1  
*Market Share Oximeter Yuwel YX102*

No	Wilayah
1.	Surabaya
2.	Sidoarjo
3.	Malang
4.	Jember
5.	Jakarta
6.	Lampung
7.	Banjarmasin

Sumber : PT. Inti Medicom Retailindo

Medicom merupakan perusahaan yang bergerak dibidang alat kesehatan yang didirikan sejak tahun 1998 dengan nama CV. Medicom pada bulan desember 2013 CV. Medicom berkembang menjadi PT. Inti Medicom

Retailindo yang memiliki visi dan misi serta manajemen baru. Medicom adalah toko dan showroom resmi dari Onemed Group yang dikelola oleh PT. Inti Medicom Retailindo

Dengan hal yang sedang terjadi saat ini PT. Inti Medicom Retailindo harus dapat meyakinkan bahwa produk yang telah dibeli oleh konsumen dapat bekerja dan berfungsi dengan baik agar dapat memberikan manfaat yang telah dijanjikan oleh perusahaan kepada konsumen. Dalam keadaan tersebutlah perusahaan dapat terdorong untuk bersaing secara profesional agar mampu menarik konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas dan harga yang sesuai terhadap suatu produk

Kualitas merupakan salah satu syarat yang menumbuhkan minat beli dari konsumen sedangkan Produk dapat dianggap berkualitas jika dapat memenuhi harapan pelanggan (Susanti, 2017). Kualitas produk memiliki peran penting dalam keputusan pembelian sehingga perusahaan harus memberikan kualitas produk yang baik sebagai jaminan kepada pelanggan. PT Inti Medicom Retailindo sebisa mungkin akan menjamin kualitas produk yang telah diproduksi. Kalau pun produk yang diproduksi mengalami kerusakan dikemudian hari PT. Inti Medicom Retailindo telah memberikan garansi dan service centre di area Surabaya Barat.

Harga adalah nilai tukar yang disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh oleh barang atau jasa dan sejumlah uang yang konsumen bayar untuk produk tertentu (Ningtias & Budiarti, 2017).

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena pada umumnya pembeli akan memilih produk berdasarkan harga dan konsumen akan lebih mudah memutuskan untuk membeli jika produk yang diinginkan sudah ada label harga pada kemasan produk. Pada PT. Inti Medicom melalui segi harga yang ditawarkan harus konsisten dan sesuai dengan nilai produk yang diinginkan oleh konsumen.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk (Kolter, 2012). Dalam melakukan keputusan pembelian ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan oleh para konsumen yaitu kualitas produk, harga, promosi dan citra merek.

Berdasarkan hal ini maka peneliti tertarik meneliti dengan tema **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Alat-Alat Kesehatan Pada PT. Inti Medicom Retailindo”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pembahasan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo?

3. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo?

#### **4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo.
3. Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat kesehatan pada PT. Inti Medicom Retailindo.

#### **5. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Tempat Penelitian  
Hasil penelitian ini dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai bahan masukan dan evaluasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perusahaan yang diteliti.
2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk bahan referensi oleh mahasiswa lainnya dan juga untuk dijadikan wadah pembelajaran dipergustakaan.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan wawasan pengetahuan serta referensi untuk penelitian selanjutnya.