

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan labanya. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

PT. Mark Dynamics Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi cetakan sarung tangan, yang didirikan pada tahun 2003 yang berlokasi di Kawasan Industri Medan Star, Tanjung Morawa di Sumatera Utara. PT. Mark Dynamics Indonesia memiliki pengalaman lebih dari 14 tahun dalam mengembangkan dan memproduksi sarung tangan yang berkualitas tinggi dengan kapasitas 560.000 pcs/bulan.

**Tabel 1.1 Target dan Realisasi Penjualan Perusahaan
PT. Mark Dynamics Indonesia Medan
Januari Sampai Desember 2019**

NO	Bulan	Target Penjualan Pcs	Realisasi Penjualan Pcs	Persentase
1	Januari	498.976	601.796	120,60%
2	Febuari	506.444	495.570	97,85%
3	Maret	531.508	516.742	97,22%
4	April	535.264	542.564	101,36%
5	Mei	565.288	549.440	97,19%
6	Juni	460.388	453.704	98,54%
7	Juli	560.592	568.987	101,49%
8	Agustus	535.892	531.582	99,19%
9	September	510.800	528.762	103,51%
10	Okttober	546.572	537.688	98,37%
11	November	548.940	559.212	101,87%
12	Desember	560.037	512.884	91,58%

Sumber : PT. Mark Dynamics Indonesia Medan.

Pada tabel 1.1 data penjualan PT. Mark Dynamics Indonesia diatas diketahui bahwa perusahaan mengalami ketidakstabilan dalam mencapai target penjualan sarung tangan. Dari data diatas ditemukan bahwa pencapaian tertinggi hanya pada bulan Januari sebesar 120,60% sedangkan pencapaian terendah terdapat pada bulan Desember sebesar 91,58%.

Tidak stabilnya penjualan sarung tangan ini diduga karena rendahnya keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen yang mau membeli atau tidak nya suatu produk. Diduga rendahnya keputusan pembelian ini karena kualitas produk

yang tidak sesuai dengan spesifikasi, dari pengamatan terdapat banyak jenis kecacatan pada setiap sarung tangan diantaranya cacat karena berat tidak sesuai, dimensi tidak sesuai, berlubang dan lain sebagainya. Untuk mengantisipasi agar target produk jadi dapat dipenuhi

Selain kualitas produk, harga diduga menjadi salah satu permasalahan yang mengakibatkan perusahaan sulit memenuhi target karena faktor harga menjadi pertimbangan bagi calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan kepada beberapa konsumen mengenai harga produk, beberapa merasa bahwa harga yang dipatok oleh perusahaan terlalu tinggi hanya untuk sebuah sarung tangan yang hanya memiliki spesifikasi yang biasa-biasa saja.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga menjadi permasalahan yang ada didalam perusahaan ini, terhitung dari seringnya manajemen perusahaan menerima komplain dari para konsumen yang merasa bahwa mereka tidak dilayani dengan baik seperti kurangnya keramah-tamahan yang diterima konsumen dari karyawan serta kurangnya kemampuan karyawan dalam mengenalkan jenis dan tipe produk yang menjadi kebutuhan si calon pembeli sehingga tidak memenuhi dan melebihi harapan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah dan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada perusahaan dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian PT. Mark Dynamics Indonesia”**

I.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. kualitas produk sarung tangan yang diproduksi masih tidak sesuai dengan spesifikasi sehingga menyebabkan banyaknya konsumen yang kurang bersedia melakukan pembelian pada produk sarung tangan buatan PT. Mark Dynamics Indonesia.
2. Tingginya nominal harga yang ditetapkan oleh perusahaan menjadi pertimbangan bagi calon konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Kualitas pelayanan pada PT. Mark Dynamics Indonesia masih kurang maksimal sehingga tidak memenuhi harapan konsumen.
4. Rendahnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap produk sarung tangan menyebabkan tidak stabilnya penjualan produk yang dipasarkan sehingga menghambat PT. Mark Dynamics Indonesia mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

5. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh harga terhadap terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia?
8. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia ?

I.4 Teori Pengaruh

1.4.1 Teori Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Suchaeri (2012:7) mengemukakan bahwa pelanggan akan menggunakan produk dan layanan kita apabila kita yakin dan percaya bahwa produk kita berkualitas.

Menurut Hasan (2013:178), mengemukakan bahwa dilihat dari sudut perilaku konsumen terhadap kualitas produk dan kesesuaianya terhadap diri dan keluarga mereka, memiliki dampak yang sangat besar terhadap cara mereka membeli dan mengambil keputusan untuk melakukan pembelian termasuk dalam melakukan pembelian ulang.

Menurut Marwanto (2015:169), mengemukakan bahwa memperbaiki kualitas produk adalah yang paling penting. Hal tersebut karena kualitas sebuah produk yang sangat menentukan keputusan seorang konsumen untuk membeli produk. Perusahaan dengan kualitas produk yang paling baik akan tumbuh dengan pesat dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

1.4.2 Teori Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Tjiptono (2014:315) mengemukakan bahwa harga merupakan sebagai jumlah uang dana atau aspek lain yang mengandung utilitas atau kegunaan yang diperlukan untuk mendapat sebuah produk.

Menurut Sunyoto (2014:135-138), mengemukakan bahwa faktor yang mempengaruhi harga terhadap keputusan pembelian yaitu memperkirakan berapa besarnya harga yang diharapkan untuk suatu produk adalah harga yang secara sadar atau tidak sadari nilai oleh konsumen atau pelanggan.

Menurut (Anan dan Zuvia,2018) mengemukakan bahwa Harga memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Tinggi rendah nya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan.

1.4.3 Teori Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Tjiptono (2014:268) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Dalam jurnal penelitian Virgnia (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian dan kemampuan bersaing dengan tingkatan keuntungan yang diperoleh perusahaan,

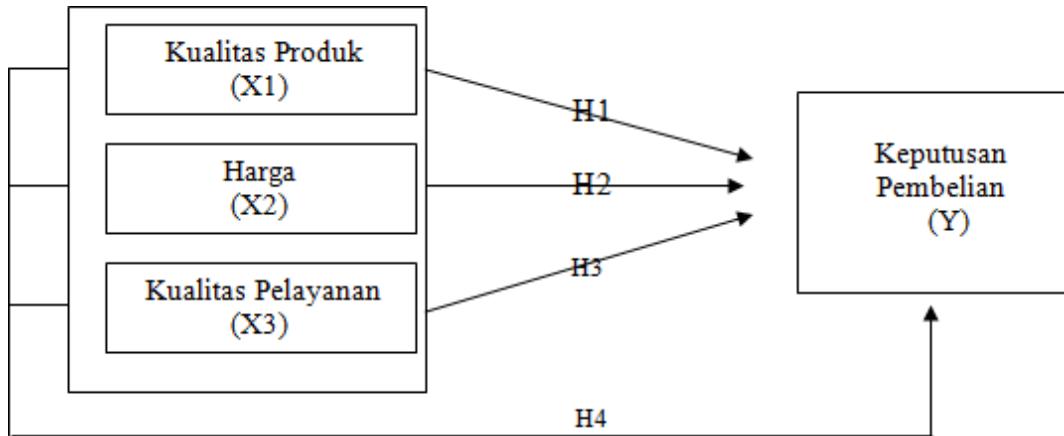
Dalam jurnal penelitian Christiani (2015) menyatakan bahwa karakteristik yang paling penting dalam membangun suatu hubungan yang baik dengan pelanggan adalah memberikan kualitas pelayanan yang baik. Dimana hal itu pelanggan akan menggantungkan dirinya untuk melakukan pembelian sehingga memberikan nilai tinggi bagi perusahaan.

I.5 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian
1	Alfredo Dwitama Edward Stephen	2015	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya	Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di D'stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya
2	Sarini Kodu	2013	Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza	Untuk mengetahui pengaruh Harga,kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza
3	Mega Aynatusobi	2017	Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen daging ayam potong CV Daging Jaya Abado Kartoharjo Nganjuk	Untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen daging ayam potong CV Daging Jaya Abado Kartoharjo Nganjuk

I.6 Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian dan teori diatas, maka peneliti dapat membuat kerangka konseptual sebagai berikut :



1.7. Hipotesis

Adapula hipotesis dalam penelitian ini ialah :

H1 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia.

H2 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia.

H3 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia.

H4 : Kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan sama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Mark Dinamics Indonesia.