

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perubahan perilaku masyarakat yang mengarah pada isu-isu praktis yang semakin beragam telah menjadi fenomena tersendiri dalam kehidupan bisnis. Dari sinilah muncul banyak perusahaan pengemasan yang hampir menjadi hal biasa di arena persaingan. Maraknya industri air minum dalam kemasan dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan air minum dalam kemasan yang semakin penting bagi masyarakat karena ketersediaan air bersih sangat terbatas di beberapa daerah. Air minum dalam kemasan menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan air minum yang sehat. Ini dianggap sebagai bisnis yang menjanjikan yang akan mengembangkan bisnis di daerah ini dengan cepat dan meningkatkan persaingan. Persaingan ketat menuntut para pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya dengan baik agar dapat eksis bahkan berkembang.

Globalisasi dan persaingan yang semakin ketat membuat semua bisnis saling bersaing untuk merebut perhatian pelanggan, menuntut bisnis untuk secara proaktif merespons setiap perubahan dalam dunia usaha yang selalu berubah. Bentuk persaingan dapat berupa inisiatif harga, layanan, atau promosi penjualan. Hal inilah yang dilakukan oleh setiap bisnis yang tidak lepas dari menarik pelanggan berdasarkan keputusan pembelian, mengingat pelanggan yang mencari harga terbaik atau termurah dan pelayanan dengan promosi untuk menarik perhatian, sehingga setiap Perusahaan yang ada pasti memiliki persaingan tersendiri. sebuah keuntungan

PT. Tirtasari Sumber Murni adalah perusahaan pemasaran air minum dalam kemasan yang berbasis di Medan, dimana merek Indodes dipasarkan. Seperti diketahui, adanya beberapa barang pesaing yang dikenal masyarakat menyebabkan penurunan penjualan Indodes, dan sangat sulit untuk menarik perhatian pelanggan saat berbelanja. Dalam hal ini menurunnya pembelian pelanggan pada barang yang perusahaan tawarkan dilihat dari harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk setiap barang yang masih dipandang lebih tinggi dari perusahaan lain sehingga membuat barang terlihat lebih menarik. mahal daripada yang lain. Di atas dan di luar. Pelayanan yang diberikan kurang baik sehingga mengecewakan pelanggan dalam membeli barang yang ditawarkan oleh perusahaan. Sementara itu, perusahaan jarang melakukan kegiatan promosi untuk menarik perhatian pelanggan agar mencoba membeli barangnya, sehingga barangnya kurang dikenal oleh pelanggan.

Dengan demikian membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Tirtasari Sumber Murni.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut identifikasi masalah:

1. Harga yang ditetapkan perusahaan untuk setiap barangnya masih dianggap lebih tinggi dari perusahaan lain, dalam hal ini barang dianggap lebih mahal dari yang lain.
2. Pelayanan yang diberikan kurang baik sehingga mengecewakan pelanggan dalam membeli barang yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Perusahaan jarang melakukan kegiatan promosi untuk menarik perhatian pelanggan dan berusaha membeli barangnya agar barangnya kurang dikenal pelanggan.
4. Keputusan pembelian barang perusahaan yang terus menurun setiap tahunnya menyebabkan pertumbuhan dan perkembangan perusahaan menjadi lambat.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah adalah:

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni?
2. Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni?
4. Bagaimana pengaruh harga, pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni.

4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh harga, layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Tirtasari Sumber Murni.

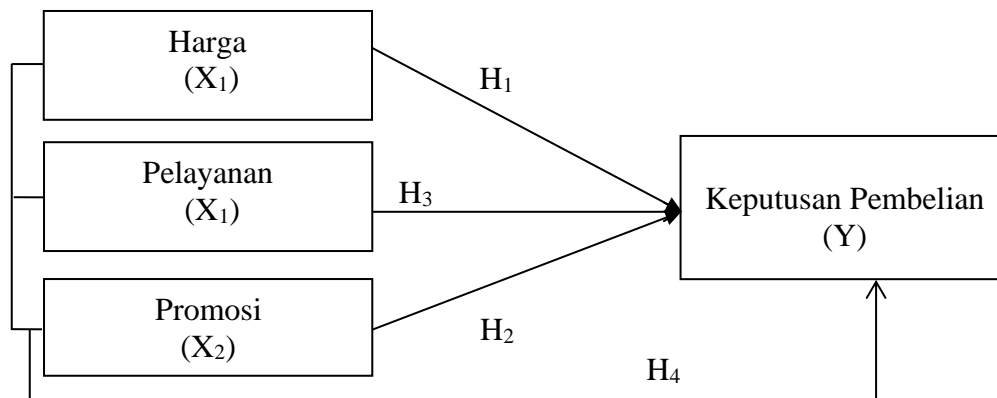
1.7 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Untuk PT. Tirtasari Sumber Murni
Penelitian ini harus menjadi dasar untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan di perusahaan melalui penyesuaian harga, perbaikan layanan dan promosi penjualan.
2. Untuk peneliti
Penelitian ini bertujuan untuk memberikan dasar informasi lebih lanjut tentang bagaimana perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggan mereka melalui penyesuaian harga, peningkatan layanan dan promosi penjualan.
3. Untuk sarjana
Diharapkan dapat menjadi dasar referensi bagi mahasiswa kedepannya yang akan melakukan penelitian yang sama yaitu untuk mengetahui bagaimana cara peningkatan keputusan pembelian pelanggan dalam perusahaan dengan penyesuaian harga, peningkatan layanan dan kegiatan promosi.

1.8 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian:



1.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesisnya adalah:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.
2. Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.
3. Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.

4. Harga, pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan.