

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya secara umum, masing-masing perusahaan memiliki harapan bahwa perusahaan akan berkembang dan maju dalam mencapai tujuannya dengan baik. Oleh sebab itu, setiap perusahaan akan berusaha meningkatkan dan mengembangkan perusahaan dengan merencanakan berbagai kegiatan pemasaran guna meningkatkan penjualan produk yang ditawarkannya. Dengan adanya penerapan dari beragam strategi dalam melaksanakan kegiatan pemasaran, perusahaan berharap akan dapat mencapai tujuan yang telah ditentukannya dengan menarik banyak konsumen dalam memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkannya. Untuk setiap perusahaan, mempertahankan eksistensinya agar dapat tetap bersaing dalam persaingan yang ketat saat ini membutuhkan berbagai strategi yang tepat dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian pada produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Keputusan pembelian menjadi suatu pelaksanaan pemecahan masalah yang dilakukan seseorang untuk memilih alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku ataupun lebih dan dianggap menjadi tindakan paling tepat dalam melakukan pembelian dengan terlebih dulu melalui proses pengambilan keputusan. Konsumen akan melakukan berbagai evaluasi untuk menentukan pemilihan produk yang diinginkannya dan pemilihan tersebut yang akan digunakan oleh konsumen dalam menghasilkan suatu keputusan untuk membeli produk tersebut. Oleh sebab pentingnya keputusan pembelian seorang konsumen terhadap produk yang ditawarkan perusahaan, maka setiap perusahaan akan memperhatikan berbagai hal yang mempengaruhinya.

PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture adalah: perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur di mana kegiatan utama pada perusahaan ini adalah: memproduksi makanan ringan seperti biscuit, wafer, astor dan lainnya. Untuk memproduksi makanan ringan yang berkualitas baik, perusahaan tentunya menggunakan bahan baku terbaik serta harus didukung oleh hasil kerja karyawan yang baik agar dapat menghasilkan produk terbaik yang dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Berikut ini data penjualannya:

Tabel 1.1

Data Penjualan Perusahaan Periode 2018 sampai dengan 2022

Tahun	Total Penjualan
2018	Rp. 7.914.281.000
2019	Rp. 7.820.907.000
2020	Rp. 7.741.228.000
2021	Rp. 7.527.393.000
2022	Rp. 6.142.742.000

Sumber: PT. Asia Sakti Wahid Foods, 2023

Fenomena yang terjadi yaitu perusahaan untuk saat ini sedang mengalami fenomena penurunan keputusan pembelian pelanggan. Dengan semakin ketatnya persaingan usaha yang ada serta banyaknya alternatif tempat pemilihan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian produk sejenis mengakibatkan penjualan

perusahaan mengalami penurunan. Keputusan pembelian yang menurun diketahui dari jumlah penjualan produk kepada perusahaan tidak sesuai target dan semakin rendah dari tahun sebelumnya.

Hal tersebut dikarenakan oleh produk yang ditawarkan perusahaan mendapatkan keluhan dari pelanggan yang berhubungan dengan kualitasnya karena pelanggan mengeluhkan kualitas produk perusahaan kurang baik dimana beberapa produk telah mendekati masa *expired* dan juga terdapat beberapa produk yang dikirimkan mengalami kerusakan pada kemasan sehingga harus dilakukan pengembalian kepada perusahaan. Hal tersebut harus melalui banyak proses dan membuat pelanggan mengalami kekosongan barang.

Selain itu kualitas layanan yang diberikan perusahaan dinilai tidak baik oleh para pelanggannya karena selain kurangnya responsivitas perusahaan menanggapi permohonan pelanggan, beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa terdapat karyawan yang kurang memiliki komunikasi yang kurang baik dan sering acuh tidak acuh terhadap keluhan pelanggan ketika pelanggan ingin melakukan pengembalian barang yang mengalami kerusakan.

Adapun fenomena kegiatan penjualan personal yang dilakukan perusahaan tidak efektif dalam mendatangkan pelanggan baru karena seperti yang diketahui, karyawan kurang dapat melakukan pemupukan hubungan dengan para pelanggannya serta komunikasi yang kurang baik dengan para pelanggan. Adapun beberapa karyawan diketahui sangat jarang dalam mendatangkan pelanggan baru untuk perusahaan dan hanya mengharapkan pesanan pembelian dari pelanggan lama.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Produk yang ditawarkan perusahaan mendapatkan keluhan dari pelanggan yang berhubungan dengan kualitasnya karena pelanggan mengeluhkan kualitas produk perusahaan kurang baik dimana beberapa produk telah mendekati masa *expired* dan juga terdapat beberapa produk yang dikirimkan mengalami kerusakan pada kemasan sehingga harus dilakukan pengembalian kepada perusahaan. Hal tersebut harus melalui banyak proses dan membuat pelanggan mengalami kekosongan barang.
2. Kualitas layanan yang diberikan perusahaan dinilai tidak baik oleh para pelanggannya karena selain kurangnya responsivitas perusahaan menanggapi permohonan pelanggan, beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa terdapat karyawan yang kurang memiliki komunikasi yang kurang baik dan sering acuh tidak acuh terhadap keluhan pelanggan ketika pelanggan ingin melakukan pengembalian barang yang mengalami kerusakan.

3. Kegiatan penjualan personal yang dilakukan perusahaan tidak efektif dalam mendatangkan pelanggan baru karena seperti yang diketahui, karyawan kurang dapat melakukan pemupukan hubungan dengan para pelanggannya serta komunikasi yang kurang baik dengan para pelanggan. Adapun beberapa karyawan diketahui sangat jarang dalam mendatangkan pelanggan baru untuk perusahaan dan hanya mengharapkan pesanan pembelian dari pelanggan lama.
4. Perusahaan untuk saat ini sedang mengalami fenomena penurunan keputusan pembelian pelanggan. Dengan semakin ketatnya persaingan usaha yang ada serta banyaknya alternatif tempat pemilihan bagi pelanggan untuk melakukan pembelian produk sejenis mengakibatkan penjualan perusahaan mengalami penurunan. Keputusan pembelian yang menurun diketahui dari jumlah penjualan produk kepada perusahaan tidak sesuai target dan semakin rendah dari tahun sebelumnya.

1.3 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah di dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture?
2. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture?
3. Bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat dan kontribusi dari berbagai bidang yang berkaitan:

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan keputusan pembelian pelanggan pada perusahaan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling*.

2. Bagi peneliti

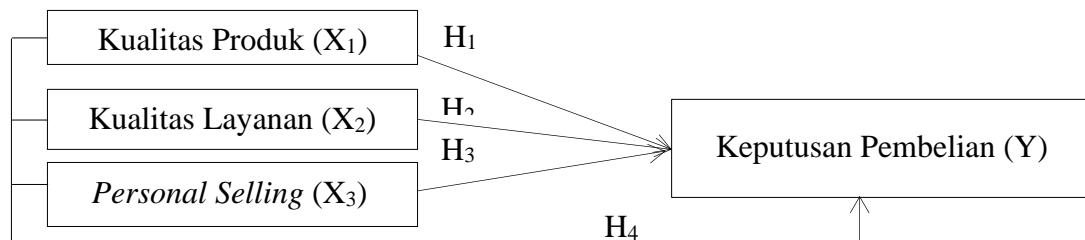
Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar penambahan pengetahuan mengenai bagaimana cara untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan pada perusahaan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling*.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi dasar referensi bagi mahasiswa kedepannya yang akan melakukan penelitian yang sama yaitu untuk mengetahui bagaimana cara untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan pada perusahaan dengan kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling*.

1.6 Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat:



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

1.7 Hipotesis

Hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H₁ : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.

H₂ : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.

H₃ : *Personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.

H₄ : Kualitas produk, kualitas layanan dan *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan pada PT. Asia Sakti Wahid Foods Manufacture.