

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Keputusan pembelian pelanggan sebagai hal yang utama dan harus dipertimbangkan dalam menciptakan persaingan bisnis yang kompetitif. Kemampuan perusahaan dalam menjalankan bisnis akan sangat bergantung dengan konsumen yang bersedia membeli produk dari perusahaan. Perusahaan yang mampu menjaga keputusan pembelian akan memiliki perkembangan bisnis yang meningkat di masa mendatang.

Variasi produk merupakan elemen kunci dalam industri distribusi obat-obatan. Dengan menawarkan beragam jenis obat dengan merek, dosis, dan formulasi yang berbeda, PT. Lautan Biru Raya dapat memenuhi kebutuhan unik pelanggan mereka. Kehadiran variasi produk yang luas memberikan peluang bagi perusahaan ini untuk menarik minat konsumen dengan preferensi dan kebutuhan yang beragam.

Selain variasi produk, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Dalam konteks industri farmasi, pelayanan yang baik dan responsif sangat penting karena melibatkan kesehatan dan kualitas hidup konsumen. PT. Lautan Biru Raya menyadari bahwa memberikan pelayanan yang berkualitas tinggi, seperti pemberian informasi yang akurat, konsultasi yang baik, dan pengiriman yang tepat waktu, akan membangun kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan produk yang mereka sediakan.

Kualitas produk juga merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian obat-obatan. Pelanggan mengharapkan obat-obatan yang efektif, aman, dan berkualitas tinggi untuk menjaga kesehatan mereka. PT. Lautan Biru Raya memahami pentingnya kualitas produk dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang semakin ketat.

PT. Lautan Biru Raya adalah perusahaan distribusi obat-obatan yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan obat-obatan. Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam industri farmasi yang kompetitif, PT. Lautan Biru Raya memiliki keinginan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan mereka. Dalam keputusan pembelian di perusahaan, masih terdapat penurunan pendapatan perusahaan. Pada tabel berikut menunjukkan data pendapatan perusahaan.

**Tabel 1.1**  
**Data Pendapatan PT Lautan Biru Raya**

Bulan/Tahun	2020	2021	2022
Januari	850,500,000	754,670,000	854,700,000
Februari	750,050,000	886,032,000	754,067,000
Maret	850,750,000	850,287,000	752,287,000
April	675,852,000	772,752,000	751,380,000
Mei	623,223,000	715,396,000	709,228,000
Juni	693,321,000	693,321,000	673,211,000
Juli	622,280,000	686,156,000	690,128,000
Agustus	634,276,000	634,276,000	616,203,000
September	755,643,000	693,643,000	629,553,000
Oktober	695,129,000	623,226,000	623,226,000
November	782,698,000	712,698,000	685,698,000
Desember	693,555,000	687,655,000	692,728,000
Total	8,627,277,000	8,710,112,000	8,432,409,000

Sumber: PT. Lautan Biru Raya (2020-2022)

Dari data pendapatan perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan pendapatan dari tahun 2020 hingga 2022. Hal ini menunjukkan bahwa telah terjadi penurunan keputusan pembelian pelanggan di perusahaan. Hal ini juga menunjukkan perusahaan kurang mampu bersaing dengan kompetitor dalam meningkatkan pendapatan.

Salah satu permasalahan yang dihadapi oleh PT. Lautan Biru Raya dalam hubungan antara variasi produk, kualitas pelayanan, dan kualitas produk dengan keputusan pembelian adalah kurangnya variasi produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Adanya kelompok pelanggan yang memiliki kebutuhan khusus terkait obat-obatan tertentu, seperti obat generik dengan dosis yang spesifik atau produk-produk yang tidak tersedia di pasaran umum. Jika PT. Lautan Biru Raya tidak mampu memenuhi kebutuhan ini dengan variasi produk yang memadai, pelanggan tersebut mungkin akan mencari penyedia lain yang dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik.

Selain itu, masalah kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Misalnya, mungkin terdapat keluhan mengenai waktu respons yang lambat terhadap pertanyaan pelanggan, kurangnya konsistensi dalam pengiriman produk, atau kurangnya kemudahan dalam proses pemesanan. Jika pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. Lautan Biru Raya tidak memadai atau tidak memenuhi harapan mereka, hal ini dapat berdampak negatif pada keputusan pembelian mereka dan mengarah pada hilangnya kepercayaan terhadap perusahaan.

Selain itu, masalah kualitas produk juga dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Misalnya, mungkin terdapat keluhan mengenai kualitas obat-obatan yang diterima, seperti efek samping yang tidak diinginkan atau kurangnya efektivitas dalam pengobatan. Jika pelanggan merasa bahwa kualitas produk yang ditawarkan oleh PT.

Lautan Biru Raya rendah atau tidak memenuhi standar yang diharapkan, mereka mungkin akan mencari alternatif lain yang menawarkan produk dengan kualitas yang lebih baik.

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi landasan penelitian ini yaitu penelitian oleh Kurniadi dan Karta (2020) dengan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian oleh Sari (2015) dengan hasil menunjukkan bahwa variasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh Tulim (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Lautan Biru Raya”**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Bagaimana pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya ?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya ?
4. Bagaimana pengaruh variasi produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya ?

## **1.3. Tinjauan Pustaka**

### **1.3.1 Variasi Produk**

Variasi produk adalah merupakan salah satu cara yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi selera serta kebutuhan yang berbeda dari setiap konsumen. Salah satu cara untuk tetap mempertahankan pelanggan dan bersaing dengan kompetitor disamping harga yang kompetitif juga dengan menambah variasi produk yang dimiliki oleh perusahaan (Sari, 2015). Indikator variasi produk yaitu ukuran, harga, tampilan dan bahan bahan (Faroh dan Junaidi, 2019).

### **1.3.2 Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut (Indrasari, 2019). Indikator kualitas pelayanan yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati (Indrasari, 2019).

### **1.3.3 Kualitas Produk**

Kualitas produk dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2016). Indikator kualitas produk yaitu kinerja, fitur, reliabilitas, spesifikasi yang sesuai dan daya tahan (Tjiptono, 2016).

### **1.3.4 Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka (Tjiptono, 2015). Indikator keputusan pembelian yaitu maksud pembelian, tujuan yang ingin dicapai, rasionalitas, kriteria keputusan (Adisaputro, 2014)

### **1.3.5 Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Keberagaman produk dan cara penyajian yang berbeda juga dapat menarik konsumen dan mempertahankan para konsumen. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan dari tingkat pembelian konsumen (Melda, 2020).

### **1.3.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

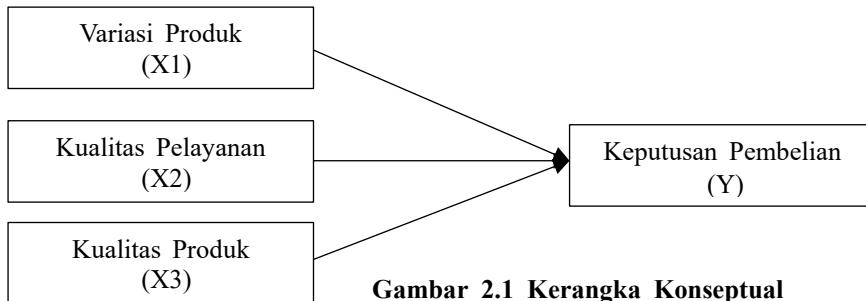
Kualitas pelayanan yang buruk akan membuat konsumen tidak nyaman dan tidak berminat untuk datang kembali. Begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan berkualitas maka konsumen menjadi berminat untuk kembali berkunjung dan membeli produk yang ditawarkan (Lestari, 2021).

### **1.3.7 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian**

Memperbaiki kualitas produk adalah yang paling penting. Hal tersebut karena kualitas sebuah produk yang sangat menentukan keputusan seorang konsumen untuk membeli produk (Marwanto, 2015).

## **1.4. Kerangka Konseptual**

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini sebagai berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

### 1.5. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H1 : Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya.  
H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya.

H3 : Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya.

H4 : Variasi produk, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Lautan Biru Raya.