

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah pandemi global Covid-19 belum diketahui ujungnya, pelaku usaha harus menyusun strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dalam iklim ekonomi saat ini. Selanjutnya semakin besar jumlah perusahaan yang mengalami kerugian, semakin ketat persaingan pasar. Setiap pebisnis harus mampu beradaptasi dengan tingkat persaingan yang semakin meningkat. Setiap bisnis harus melihat ini sebagai peluang dan tantangan. Industri penjualan alat tulis kantor dan kebutuhan sekolah dan kantor lainnya merupakan industri yang memiliki banyak saingan.

Satu-satunya cara agar bisnis berhasil di pasar yang kompetitif saat ini adalah menjual produk yang diinginkan pelanggan dengan harga yang mereka mampu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka di berbagai kategori. Bahkan dengan harga rendah, bisnis masih memiliki tanggung jawab untuk memastikan produk mereka memiliki kualitas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan mereka dalam iklim ekonomi yang bergejolak saat ini. Meskipun harga merupakan salah satu faktor, toko peralatan kantor dapat kehilangan pelanggan setia jika harga mereka tidak wajar dalam kaitannya dengan layanan dan kualitas yang mereka berikan.

Harga, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2017:151), adalah nilai moneter yang diberikan konsumen untuk barang atau jasa sebagai imbalan atas utilitas yang mereka peroleh dari memiliki atau menggunakannya. Ketika menggambarkan suatu produk atau layanan, "harga" mengacu pada jumlah usaha, waktu, uang, atau sumber daya lain yang akan dikeluarkan untuk

memperolehnya. Produk dengan menggunakan kualitas yang sama dengan harga yang lebih terjangkau akan dipandang lebih berharga oleh pembeli. Pilihan harga ini menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana diterjemahkan oleh Sindoro (2015:467), dipengaruhi oleh kekuatan regional. Saat menetapkan harga, perusahaan memperhitungkan segala sesuatu yang digunakan untuk membuat produk ini.

Menurut Abdullah dan Tantri (2016:153), Barang adalah “apa saja yang dapat diajukan kepada suatu peluang usaha untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dimanfaatkan dan yang dapat memenuhi suatu kebutuhan atau kebutuhan”. Produk dalam arti luas, bisa apa saja mulai dari produk biasa hingga administrasi, hingga individu, area, organisasi, hingga bahkan ide. Sangat mungkin variabel utama yang dipertimbangkan pembeli saat melakukan pembelian adalah kualitas barang. Semua item yang tersedia harus bagus. Karena pembeli menempatkan nilai tinggi pada kedudukan tertinggi suatu barang. Barang-barang berkualitas yang lazim dijual lebih baik dibandingkan dengan mitra-mitra mereka yang kualitasnya lebih rendah.

Kualitas produk, seperti yang didefinisikan oleh Kotler dan Armstrong (2017:11), adalah sejauh mana suatu produk memenuhi tujuan yang dimaksudkan, dalam hal, misalnya, daya tahan keseluruhan, keandalan, daya tahan, kenyamanan, kinerja dan peningkatan produk, dan segera. Konsep produk adalah pemahaman subjektif produsen tentang barang yang dapat ditawarkan sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan dalam hal ini, mencapai kesuksesan dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, dalam batasan inventaris toko dan pasar. kemampuan untuk membayar. Penetapan

harga, promosi, dan layanan adalah bagian dari konsep produk dengan satu tujuan pelanggan yang bahagia.

Setelah mengunjungi toko dan membandingkan persepsi, kesan, dan harapan seseorang terhadap suatu produk dengan kinerja toko, pelanggan dapat meninggalkan toko dengan perasaan kecewa atau senang yang disebut sebagai kepuasan pelanggan. Ketika seorang konsumen menggunakan produk atau mengonsumsi layanan, mereka akan merasa puas atau kecewa jika mereka puas, mereka akan membeli barang atau jasa itu lagi jika mereka kecewa, mereka tidak akan membeli produk atau layanan lagi di masa mendatang. Tingkat kepuasan yang dimiliki pelanggan terhadap suatu produk atau layanan adalah salah satu parameter yang dapat dipergunakan sebagai menebak jenis tanggapan yang akan diberikan pelanggan setelah menggunakan layanan atau produk yang ditawarkan. Untuk ini, tingkat kepuasan pelanggan perusahaan atau toko dapat menjadi masukan dalam pengembangan strategi peningkatan kualitas yang akan diterapkan.

Keputusan pembelian didasarkan pada nilai pemasaran yang ditempatkan pengecer pada produk mereka. Harapan pelanggan ditentukan oleh sejarah belanja mereka. Banyak perusahaan yang berhasil di pasar saat ini karena mereka mampu memenuhi standar pelanggan mereka dalam hal tingkat kualitas dan tingkat pelayanan produk atau layanan. Selain memberikan kontribusi untuk menghasilkan keuntungan bagi perusahaan, kualitas produk dan layanan memainkan peran penting dalam kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Volume barang yang terjual akan dipengaruhi oleh tingginya tingkat belanja konsumen, yang akan meningkatkan keuntungan perusahaan secara signifikan. Studi tentang perilaku konsumsi meneliti bagaimana orang, kelompok, dan

organisasi memilih, memperoleh, dan memakai layanan, produk, konsep, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan mereka. Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumsi konsumen, kata Kotler dan Keller (2016: 19). kebutuhan. dan keinginan. Sebagai hasil dari fakta bahwa keputusan pembelian terkait erat dengan sifat konsumen (perilaku konsumsi mereka), setiap konsumen memiliki rutinitas belanja yang unik. Penelitian yang dilakukan oleh Saribu dan Holfan (2020) sampai pada kesimpulan bahwa keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia secara parsial dipengaruhi oleh kualitas produk, dan pengaruh ini bersifat positif dan signifikan. Sebagaimana diketahui bahwa di PT Mark Dynamic Indonesia, harga mempengaruhi pembelian secara signifikan dan menguntungkan. Dapat dilihat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap pilihan pembelian PT Mark Dynamic Indonesia. Hasil penelitian Putra (2017) juga menunjukkan bahwa kualitas barang (X) sangat mempengaruhi pilihan pembelian (Z) dan pemenuhan pembeli (Y), dan bahwa pilihan pembelian (Z) umumnya mempengaruhi pemenuhan pelanggan (Y). (Y). Telkomsel sebagai pemilik Grounds Information Bundle seharusnya memiliki pilihan untuk mengikuti dan mengerjakan sifat item Grounds Information Bundle yang telah dibingkai mengingat konsekuensi dari pemeriksaan. Secara khusus, Telkomsel seharusnya mengerjakan sifat dari item Grounds Information Bundle, yang mendapat skor rendah dalam ulasan ini.

Untuk memastikan bahwa pelanggan meninggalkan toko Hawigha dengan senang hati dan kembali untuk membeli lebih banyak pilihan perlengkapan kantor dan kebutuhan sekolah yang semakin banyak di toko, pemilik toko perlu melakukan sejumlah evaluasi, termasuk pemikiran yang cermat yang diberikan pada strategi penetapan harga toko. Manajemen harus peduli untuk menarik

pelanggan dengan berinvestasi pada kualitas produk dan kualitas pelayan toko untuk bersaing dengan toko lain yang menawarkan barang dan jasa serupa.

Judul penelitian ini, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Tulis” diambil dari uraian di atas dan mengacu pada penyelidikan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk memastikan bahwa pelanggan puas dengan harga, kualitas, dan layanan yang mereka terima di toko Hawigha. Kepuasan Pelanggan di Hawigha Store, Seberapa Pentingkah Kantor?

1.2 Rumusan Masalah

Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini, berdasarkan konteks yang telah diuraikan di atas:

1. Apakah harga yang membuat Anda memutuskan untuk tidak membeli alat tulis dari toko Hawigha?
2. Apakah pelanggan ATK peduli dengan kualitas produk saat berbelanja di lokasi Hawigha?
3. Apakah kualitas layanan berperan dalam memutuskan membeli alat tulis dari toko Hawigha atau tidak?
4. Apakah harga produk ATK di toko Hawigha berpengaruh terhadap kepuasan pembeli?
5. Saat berbelanja di lokasi Hawigha ATK, seberapa pentingkah pelanggan merasa bahwa mereka menerima produk berkualitas tinggi?
6. Apakah layanan di lokasi Hawigha ATK menjadi faktor kepuasan pembeli atau tidak?

7. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh terhadap kebahagiaan pelanggan toko Hawigha ATK?
8. Apakah reputasi ATK di toko Hawigha dipengaruhi oleh kesadaran harga pelanggannya?
9. Apakah kepuasan pelanggan toko Hawigha ATK dipengaruhi oleh kualitas produk yang dijual di sana?
10. Apakah pelayanan toko Hawigha ATK mempengaruhi kepuasan pelanggan melalui pilihan produk?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan konteks sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana harga mempengaruhi preferensi pelanggan saat membeli produk ATK dari lokasi Hawigha.
2. adalah untuk mengetahui bagaimana perasaan pelanggan ATK di toko Hawigha tentang kualitas produk.
3. di lokasi Hawigha, kami ingin melihat seberapa besar pengaruh Layanan terhadap keinginan pelanggan ATK untuk melakukan pembelian.
4. Tujuan umum penelitian ini adalah menentukan apakah harga Hawigha ATK berdampak pada kepuasan pelanggan atau tidak.
5. kami ingin melihat bagaimana kualitas produk kami mempengaruhi pendapat pelanggan kami tentang toko Hawigha kami.

6. Menyelidiki dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan dengan pengalaman berbelanja mereka di lokasi ATK Hawigha.
7. adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Keputusan Pembelian terhadap kebahagiaan pelanggan ATK di toko Hawigha.
8. Sebuah studi tentang bagaimana persepsi pelanggan tentang harga mempengaruhi kepuasan mereka dengan lokasi Hawigha ATK.
9. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan di lokasi ATK Hawigha, kita perlu mengajukan pertanyaan berikut: 9.
10. Toko Hawigha ATK akan berfungsi sebagai laboratorium untuk menguji dampak layanan melalui pilihan pembelian terhadap kepuasan pembeli.

1.4 Manfaat Penelitian

Keunggulan penelitian ini dikategorikan sebagai berikut berdasarkan latar belakang sejarah masalah, rumusan, dan tujuan penelitian:

1.4.1 Secara Akademis

- 1) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memajukan bidang ilmu manajemen pemasaran dengan meneliti pengaruh harga, kualitas produk, pelayanan, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan konsumen.
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya dalam memperluas pemahaman mereka tentang manajemen pemasaran dan

dampak harga, kualitas produk, layanan, dan keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan.

1.4.2 Aspek Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Mahasiswa yang telah mengambil mata kuliah manajemen sumber daya manusia dapat mengambil manfaat dari penelitian ini dengan memperoleh pengetahuan ilmiah baru yang akan memajukan ilmu pengetahuan.

1.4.3 Aspek Praktis

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap manajemen perusahaan yang menjual ATK yaitu toko Hawigha sebagai evaluasi agar semakin banyak pelanggan yang berbelanja di toko Hawigha sehingga toko akan semakin maju dan berkembang secara pesat.
- 2) Diharapkan bahwa penelitian ini akan terbukti bermanfaat bagi bisnis lain dan perusahaan ritel dalam upaya mereka untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik pelanggan yang lebih besar.