

B A B I

P E N D A H U L U A N

1.1 Latar Belakang Masalah.

Era milenial, era globalisasi telah menyentuh Negara Negara sedang berkembang, salah satu Negara berkembang yang sedang mengalami masa itu Indonesia. Berbagai terobosan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi trend kemajuan yang sangat pesat. Penjualan online, pengurusan ijin online, hampir semua kebutuhan hakekat manusia dapat terlayani melalui online. PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo perusahaan yang bergerak pada jasa penjualan alat kesehatan, selain menawarkan barang melalui online, tentu masih memerlukan pelayanan secara tradisional. yaitu melalui tenaga sales yang mendatangi dokter dokter sebagai stakeholder dari perusahaan tersebut. Dengan adanya pelayanan melalui online, bentuk pelayanan menjadi lebih cepat, namun tidak bisa secara langsung mendapatkan presentasi produk dengan baik. Beberapa perusahaan sejenis, banyak yang sudah memberikan pelayanan secara online secara berimbang. Dengan perubahan layanan ini apakah dapat mempertahankan atau meningkatkan loyalitas Pelanggan. Sebab perkembangan Perusahaan sangat bergantung pada loyalitas pelanggan, menurut Oliver dalam Hurriyati (2010:128-129) Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun situasi dan usaha usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan situasi. Bagaimana agar pembeli menjadi loyal, tentu saja harus menarik minat sehingga memutuskan untuk membeli baik itu berupa barang ataupun jasa, Keputusan Pembelian ditunjang dengan pelayanan ataupun produk yang dibutuhkan akan menjadikan pelanggan loyal. Kotler dan Keller

dalam Racman dan cahaya (2015) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternative. Semakin puas dan baik sikap pelanggan terhadap suatu produk, akan semakin besar kemungkinan untuk membeli, memakai dan menggunakan produk atau merk tersebut. Keputusan pembelian adalah proses memutuskan beberapa alternative, sebelum pelanggan memutuskan tentu dipengaruhi beberapa variabel antara lain Kualitas pelayanan , promosi, harga dan lain lain. Dalam penelitian ini akan diteliti apakah kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian, bahkan akan berdampak pada Loyalitas pelanggan. Kualitas layanan adalah merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk dan jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Tjiptono (2012:52) Model *SERVQUAL* (*service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, jika kenyataannya sama atau lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan memuaskan, sebaliknya jika kenyataannya tidak sesuai atau bahkan dibawah ekspektasi, maka dikatakan tidak berkualitas atau tidak memuaskan,. Parasuraman dalam Lupiyoadi (2014:216). Loyalitas pelanggan ataupun Keputusan pembelian juga terkadang dipengaruhi oleh kalimat atau kata yang dapat didengar oleh pelanggan, hal ini dalam pemasaran disebut *Word of Mouth*, menurut Sumardy, Silviana dan Melone (2011:63) *Word of Mouth* adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh sebuah merk agar konsumen membicarakan, mempromosikan, dan mau menjual merk kita kepada orang lain. Pada dasarnya terdapat beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan serta menjadikan pelanggan tersebut menjadi pelanggan loyal, namun demikian penulis tertarik untuk meneliti apakah kualitas layanan dan *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yang pada akhirnya juga akan berdampak pada Loyalitas pelanggan, penelitian lebih difokuskan pada

perusahaan yang menjual alat alat kesehatan.dari latar belakang yang telah diuraian, maka peneliti memberi judul penelitian ini “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT PIONER INDO NUSANTARA DI SIDOARJO’.

1.2 Rumusan masalah.

Dari latar belakang masalah yang telah diraikan diatas, maka dapatlah dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo ?
2. Apakah Word of Mouth berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo ?
3. Apakah Kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap Loyalitas Pelanggan alat kesehatan pada PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo ?
4. Apakah Word of Mouth berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan alat kesehatan pada PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo ?
5. Apakah Keputusan pembelian berpengaruh pada loyalitas Pelanggan alat kesehatan PT Pioner Indo Nusantara Sidoarjo.?

1.3. Tujuan Penelitian.

Telah dijelaskan rumusan masalah dalam penelitian ini, adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap keputusan pembelian alat kesehatan Pada PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo.

2. Untuk mengetahui pengaruh Word of Mouth terhadap keputusan pembelian alat kesehatan pada PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas layanan terhadap Loyalitas pelanggan Pada PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo.
4. Untuk mengetahui Pengaruh Word of Mouth terhadap Loyalitas pelanggan pada PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo.
5. Untuk mengetahui pengaruh Keputusan pembelian alat kesehatan terhadap Loyalitas pelanggan pada PT Pioner Indo Nusantara di Sidoarjo.

1.4. Manfaat Penelitian.

Diharapkan penelitian ini dapat bermamfaat bagi berbagai pihak, adapun mamfaat penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi :

1. Aspek Akademis.

Sebagai referensi perpustakaan bagi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya untuk melakukan penelitian selanjutnya pada masa akan datang. Khususnya bagi peneliti di bidang yang sama yaitu bidang pemasaran. Selain itu sebagai media dalam memperkaya ilmu pengetahuan dan wawasan bagi para Mahasiswa atau Akademisi.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan :

Sebagai sarana untuk menerapkan dan memperluas wawasan, penerapan teori dan pengetahuan yang telah diterima dalam perkuliahan mengenai Manajemen Pemasaran dalam perusahaan.

3. Aspek Praktis

Pihak manajemen dalam suatu perusahaan dan pihak pihak yang berkepentingan Dalam perusahaan diharapkan dapat menjadikan hasil

penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan membuat suatu kebijakan atau perencanaan dalam Manajemen Pemasaran untuk kemajuan perusahaan di masa depan dan menjadikan hasil analisis untuk evaluasi kebijakan perusahaan.