

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis, perusahaan harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan terhadap pesaing yang semakin banyak dalam sektor yang serupa, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, industri menawarkan beragam produk untuk memenuhi harapan pelanggan. Hal ini pastinya membuat para pembeli lebih berhati-hati serta bijak saat membeli produk di pasaran. Banyak elemen dan ekspektasi perilaku konsumen yang berbeda dipertimbangkan dalam hal produk apa yang nantinya akan dibeli, dimana mereka bisa mendapatkannya, dan apa yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen pada produk yang mereka miliki (Bairizki, 2017).

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang dapat meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas pelayanan ialah tingkat kesempurnaan yang diinginkan untuk pelayanan kesempurnaan, serta mengendalikan nilai kesempurnaan ini akan memuaskan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2016). Untuk menyeimbangkan harapan pelanggan, kualitas layanan berfokus pada pemenuhan seluruh kebutuhan serta keinginan pelanggan dan menyampaikannya secara akurat. Tingkat kemahiran layanan untuk memenuhi seluruh kebutuhan serta persyaratan setiap pelanggan disebut sebagai kualitas layanan. Dengan begitu, kualitas pelayanan mengacu pada tingkat kesempurnaan dalam pelayanan yang menjamin kepuasan pelanggan (Zahrani, 2019).

Penelitian terdahulu oleh (Budiyanto, 2020) dengan berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, serta Harga pada Keputusan Pembelian suatu Lisensi Diving di Perusahaan Padi Corp menunjukkan hasil yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh pada proses keputusan suatu pembelian. Sedangkan studi dari (Kurniawan, 2018) dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan serta Lokasi pada Keputusan Pembelian. Dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan menyatakan tidak berpengaruh pada variabel keputusan pembelian.

Citra merek juga menjadi faktor penting guna meningkatkan keputusan suatu pembelian pelanggan. Tujuan utama citra merek yakni untuk memberikan jawaban atas pertanyaan akan bagaimana pelanggan memilih di antara merek-merek yang bersaing setelah menerima informasi (Adil, 2016). (Novia Anggraeny Setiawaty, 2017) Ia mengklaim memiliki produk dengan brand image yang baik sangat menguntungkan, dan perusahaan harus selalu mempertahankan serta menjaga brand image tersebut secara berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Amilia, 2017) berjudul Harga, Citra Merek, serta Kualitas Produk pada Keputusan Membeli Smartphone Xiaomi pada Kota Langsa. Dimana hasil menunjukkan citra merek, harga, serta kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan pada keputusan membeli. Sedangkan penelitian dari (Deisy, 2018) dengan judul Analisis harga produk, citra merek dan kualitas pada keputusan pembelian ponsel Samsung di seluruh toko seluler IT Center Manado. Dimana hasil

menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian ponsel Samsung.

Selain kualitas pelayanan dan citra merek. Harga juga menjadi *faktor* penting yang turutengaruhi keputusan dalam membeli sebuah barang (Kotler & Keller, 2016). Ketika datang untuk membeli suatu produk, konsumen selalu memperhatikan harga. Akibatnya, harga yang dikutip menjadi faktor penting dalam keputusan mereka untuk membeli barang atau menggunakan layanan tersebut. (Lupiyoadi, 2016).

Penelitian (Novalia, 2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga serta Citra Merek pada Keputusan Pembelian Pelanggan CV. Boga Lestari. Adapun hasil risetnya mengatakan harga berpengaruh pada keputusan pembelian. Sedangkan studi (Mandey, 2016) berjudul Rokok bertenaga surya: promosi, distribusi, dan pengaruh harga pada keputusan pembelian. Temuan penelitian harga tidak memiliki dampak yang terlihat pada keputusan pembelian.

RSM CELL adalah salah satu toko handphone yang membuka stand di Sidoarjo. RSM CELL merupakan toko yang menjual handphone yang memegang beberapa merk baik baru maupun *second*. RSM CELL juga menjual pulsa dan beberapa aksesoris handphone mulai dari casing, charger, battery dan aksesoris lainnya. RSM CELL juga memiliki banyak pesaing yang juga menawarkan beberapa produk ponsel dan aksesoris dengan merk yang lebih bervariasi serta harga yang lebih terjangkau. Dalam menghadapi persaingan tersebut, RSM Cell melakukan strategi dengan memberi layanan yang sangat baik ke konsumen, Dengan pelayanan baik yang dilakukan oleh RSM Cell diharapkan bisa bersaing dengan pesaing

yang ada saat ini. Selain itu, citra dari RSM Cell terus ditingkatkan dengan melakukan promosi dan pengenalan ke konsumen secara luas dalam menarik suatu minat pelanggan agar berbelanja di RSM Cell, selain meningkatkan citra melalui promosi, pihak RSM memberikan harga yang kompetitif dan diskon harga di RMS Cell. Dengan begitu, diharap para pelanggan bisa terus tertarik dalam melakukan pembelian di RSM Cell.

Berdasarkan latar belakang diatas yang menunjukkan adanya ketidakkonsistenan antar peneliti terdahulu dan permasalahan yang ada pada RMS Cell, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada toko RSM CELL”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang diuraikan oleh penulis, rumusan masalah penelitian ini meliputi :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL?
2. Apakah citra merek berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL?
3. Apakah harga berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL?
4. Apakah kualitas pelayanan, citra merek dan harga secara simultan berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui serta menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL.
2. Mengetahui serta menjelaskan pengaruh citra merek dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL.
3. Mengetahui serta menjelaskan pengaruh harga dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL.
4. Mengetahui serta menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga dalam keputusan pembelian konsumen pada toko RSM CELL.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diyakini bermanfaat pada beberapa aspek berikut:

1. Aspek Akademis

Penelitian sangat diharap bisa menambah wacana penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen, yang peneliti gunakan untuk meningkatkan pengalaman dan memperkenalkan teori ke dalam bidang manajemen pemasaran yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a. Menambah teori serta wawasan khususnya berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan harga dalam tingkat keputusan pembelian konsumen.
 - b. Diharapkan penelitian ini akan berguna dalam menerapkan teori yang dipelajari di perkuliahan untuk menganalisis masalah semua bisnis
 - c. Menambah perbendaharaan atau dokumentasi perpustakaan di STIE MAHARDHIKA Surabaya
 - d. Sebagai bahan referensi guna melengkapi perpustakaan apabila dibutuhkan nanti
3. Manfaat praktis
- a. Memberikan masukan dan informasi kepada pemilik sel RSM, khususnya mengenai faktor-faktor yang dapat meningkatkan penjualan melalui keputusan pembelian pelanggan. Secara khusus, dengan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada pelanggan. Pelanggan lebih memilih berbelanja di RSM Cell karena pelayanan yang prima dan ramah.
 - b. Memberikan masukan dan informasi kepada pemilik RMS Cell dalam menyusun strategi untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan meningkatkan brand image produk. RMS Cell memastikan bahwa produk yang dijual memiliki brand image yang baik dan tidak bersedia menjual produk yang kurang bagus.
 - c. Sebagai masukan dan bantuan kepada pemilik sel RMS dalam menyusun strategi penjualan. Salah satunya adalah menentukan harga jual produk.