

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada saat ini perkembangan dunia semakin maju terutama dalam bidang teknologi dan bisnis. Bisnis akan semakin maju jika memanfaatkan teknologi, seperti internet. Internet dapat memudahkan dalam hal apapun misalnya belanja pakaian, bahan pokok sampai dengan jasa pengantar.

Pebisnis dalam bidang jasa atau barang harus bisa mengikuti bagaimana kebutuhan pasar sekarang, sehingga membuat pebisnis lebih kreatif dalam hal menarik pembeli, mulai dari yang membuka lapak di pasar hingga di mall - mall, lapak online yang kini semakin memudahkan konsumen.

Persaingan yang berasal dari bisnis yang sama, dimana pengusaha harus bisa mempertahankan usahanya. Untuk itu pengusaha menerapkan konsep pemasaran yang perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelinya. Hal tersebut untuk mencapai tujuan pengusaha dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Pengambilan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kemampuan pebisnis dalam memberikan pelayanan menarik pembeli dan selain itu juga dengan fasilitasnya. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang akan diwarnai dengan ciri kepribadian, usia, dan gaya hidupnya. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan konsumen.

Pelayanan sendiri merupakan proses perilaku seseorang untuk mencapai pemenuhan kebutuhan tertentu. Pelayanan juga bisa disebut kunci sukses dalam usaha, apapun usahanya bila pelayanannya baik maka loyalitas konsumennya

pun semakin banyak. Dalam pemasaran pelayanan juga digunakan di tempat umum seperti Rumah Sakit, Puskesmas, Kantor Kepolisian, Kantor Camat, bahkan di kios pinggir jalan.

Pelayanan yang paling mudah dipahami adalah fasilitas dan kepuasan konsumen. Dapat memanfaatkan kebiasaan masyarakat, bila puas dengan pelayanan suatu usaha maka mereka akan memberitahukan kepada kerabat, teman, dan tetangganya bila pelayanan di usaha tersebut memuaskan.

Fasilitas adalah segala sesuatu yang disediakan oleh pengusaha/perusahaan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan, dan kepuasan. Pemberian fasilitas memegang peranan yang penting dalam perkembangan usaha, dimasa-masa yang akan datang. Karenanya usaha bidang jasa atau barang perlu memberikan fasilitas yang sebaik-baiknya kepada konsumennya. Tujuan dari fasilitas adalah untuk mencapai tingkat kepuasan konsumen dan di harapkan konsumen mau untuk mengulangi lagi membeli barang atau jasa yang disediakan oleh wirausaha. Dengan begitu wirausaha telah membentuk suatu kesan yang terhadap konsumen sehingga mendorong mereka agar mau berhubungan dengan wirausaha setiap kali mereka membutuhkan barang atau jasa yang ada pada wirausaha.

Pengertian secara umum kepuasan konsumen adalah suatu penilaian konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Kepuasan konsumen ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan konsumen itu sendiri. Faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan peiklanan. Didalam

lingkungan yang kompetitif, indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut di waktu yang akan datang.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah fasilitas dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah fasilitas dan kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui fasilitas dan kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui fasilitas dan kepuasan konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Untuk hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi pembanding dan penerapan antara ilmu manajemen dengan keadaan yang terjadi langsung di lapangan (praktek). Sehingga dengan adanya perbandingan tersebut akan lebih

memajukan wirausaha baik yang akan memulai usaha atau yang sudah mempunyai usaha.

3. Aspek Praktis

Memberikan informasi bagi pengusaha mengenai pengaruh fasilitas dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian untuk di masa yang akan datang