

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Besi merupakan salah satu bahan pokok yang digunakan dalam pembangunan sebagai kerangka penguat bangunan. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi saat ini semakin banyak toko besi maupun toko bangunan modern yang hadir dengan tata letak toko yang lebih bagus, promo menarik dan berkompetisi menjadi penyedia produk terlengkap. Hal ini membuat ritel toko besi tradisional harus memiliki strategi pemasaran yang lebih bervariasi agar mampu bertahan dan tetap dapat bersaing dengan ritel toko besi modern. Hal ini dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang dalam meningkatkan penjualan.

Toko besi Sumber Hidup merupakan toko ritel bangunan yang bergerak dalam bidang penyedia bahan konstruksi dengan menjual berbagai macam jenis besi seperti galvalum, besi siku, besi kotak, dan lain sebagainya serta berbagai ukuran yang bisa dipesan secara *Pre-Order*. Konsumen dari toko besi Sumber Hidup Pandaan ini berasal dari berbagai kalangan, baik dari perorangan hingga instansi pemerintahan melalui kontraktor dalam pembangunan infrastruktur seperti jalan tol, gedung pelayanan masyarakat dan lain sebagainya. Toko Besi Sumber Hidup Pandaan juga melayani pengiriman barang sesuai alamat yang dituju dan terkadang memberikan bebas biaya pengiriman jika membeli dalam jumlah yang banyak.

Persaingan antar toko dalam dunia bisnis akan terus berlanjut tanpa akhir, karena toko tersebut bukan satu-satunya yang ada didaerah itu yang menjual barang yang sama. Dalam radius satu kilometer, terdapat beberapa toko besi yang menjual

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



produk sejenis seperti Toko Besi Langgeng Makmur dan Toko Besi Artha. Keadaan ini membuat pemilik toko besi Sumber Hidup harus berupaya dalam mencari strategi pemasaran yang bervariasi dan cocok jika digunakan dalam bisnisnya agar dapat menarik pelanggan lama maupun baru. Keberadaan konsumen tentunya menjadi hal yang sangat penting dalam dunia bisnis dan semua berkompetisi memuaskan konsumen. Jika konsumen itu puas, maka secara otomatis akan menjadi loyal dan merekomendasikan kepada orang lain, tentunya ini akan memberikan keuntungan bagi para pemilik usaha.

Harga merupakan salah satu objek yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Menurut Kotler (2001), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk maupun jasa, berarti juga sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen demi memiliki maupun mendapatkan keuntungan dari produk maupun jasa.

Tabel 1. 1
Tabel Perbandingan Harga Produk Toko Besi Sumber Hidup dengan Kompetitor di Sekitarnya

Jenis dan Ukuran	Harga Toko Besi Sumber Hidup	Harga Toko Besi Langgeng Makmur	Harga Toko Besi Artha
Besi Beton 6mm x 12mm	Rp 27.000	Rp 28.000	Rp 29.000
Besi Beton 8mm x 12mm	Rp 44.500	Rp 46.000	Rp 47.500
Besi Beton 10mm x 12mm	Rp 65.000	Rp 70.500	Rp 68.500
Besi Beton 12mm x 12mm	Rp 94.000	Rp 102.000	Rp 97.500

Sumber: Internal dari masing-masing perusahaan

Harga besi di setiap toko di daerah Pandaan sangat bersaing. Namun harga beberapa jenis besi ini sangat fluktuatif dan dengan rentang satu minggu dapat berganti-ganti baik naik maupun turun. Sehingga pada satu waktu, jika ada pelanggan yang hari ini datang hanya untuk menanyakan ketersediaan barang dan

harga saja lalu membeli barang pada tiga hari kemudian, belum tentu pelanggan itu akan mendapat harga yang sama dengan tiga hari lalu seperti contoh yang disajikan pada tabel 1.2. Salah satu situasi yang sangat disayangkan dari toko besi Sumber Hidup ialah kurang *update* harga terbaru kepada calon pelanggan yang akan melakukan pembelian. Tentu calon pelanggan akan mencari dimana toko yang menjual produk maupun jasa dengan harga yang lebih murah namun kualitas produknya baik. Maka harga dapat dikatakan sebagai salah satu faktor yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Tabel 1. 2
Tabel Harga Besi Beton A

Ukuran	Harga 30/05/23	Harga 06/06/23
6mm x 12m	Rp 26.500,00	Rp 25.000,00
8mm x 12m	Rp 44.000,00	Rp 42.500,00
10mm x 12m	Rp 66.000,00	Rp 64.000,00
12mm x 12m	Rp 95.000,00	Rp 92.000,00

Sumber: Daftar harga Toko Besi Sumber Hidup Pandaan

Word of mouth merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Menurut Hasan (2010:32), *word of mouth* merupakan pujian, rekomendasi dan komentar pelanggan sekitar pengalaman konsumen atas layanan jasa dan produk yang cukup mempengaruhi keputusan pelanggan atau perilaku pembelian konsumen. Teknik *word of mouth* ini cukup banyak dilakukan di berbagai jenis usaha, salah satunya toko besi. Jenis komunikasi ini terbilang cukup mudah dan juga tidak membutuhkan mengeluarkan banyak biaya untuk melakukannya dan dapat memberi keuntungan pada perusahaan.

Konsumen yang merasa puas berdasarkan dengan pelayanan maupun produk yang diterima, akan menceritakan pengalaman ini dan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini secara tidak langsung menjadi



salah satu promosi gratis bagi pemilik usaha. *Word of Mouth* merupakan salah satu variabel yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan dalam lingkup pemasaran merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam bertransaksi antara pihak perusahaan dengan konsumen.

Etika perusahaan memiliki pelayanan yang baik dan ramah terhadap para konsumen tanpa membandingkan apapun maka konsumen bisa merasa puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik. Toko besi Sumber Hidup dapat memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggannya dan terkadang bisa memenuhi permintaan khusus. Ada dalam satu waktu terjadi miskomunikasi antara jumlah stok yang tersedia dengan catatan toko yang menyebabkan terhambatnya proses transaksi, namun cepat diatasi dengan konfirmasi kepada konsumen apa mau menggunakan sistem *pre-order* karena harus mengambil stok produk dari *supplier* maupun toko lain. Komputerisasi dalam pencatatan stok sangat diperlukan untuk membantu mempermudah penghitungan stok yang tersisa dan lebih teliti dalam berkomunikasi antar pegawai agar tidak terjadi miskomunikasi yang menyebabkan proses kerja menjadi terganggu dan juga mengganggu kenyamanan dan kepuasan pelanggan yang membeli pada hari itu.

Kualitas Produk juga menjadi salah satu objek penting yang mempengaruhi keputusan pembelian, karena jika pelanggan mendapat produk atau jasa sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas dan akan melakukan pembelian berulang, Maka dapat dikatakan kualitas produk termasuk salah satu komponen variabel yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari latar belakang diatas, peneliti menemukan beberapa *Research Gap* sebagai berikut:



Pada penelitian Polla dkk. (2018:3075) menunjukkan bahwa variabel harga memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Maghfiroh (2019:41), menunjukkan bahwa variabel harga memiliki hasil negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian Mahendra dkk. (2022:108) menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Maghfiroh (2019:41), menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Mahendra dkk. (2022:108) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian Polla dkk. (2018:3075) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak ada pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Maka dari penjelasan latar belakang diatas, peneliti mengambil judul:

Pengaruh Harga, *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka ada beberapa yang menjadi masalah pokok, yaitu:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan?
2. Apakah *Word of Mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan?



3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup Pandaan.

Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini membawa manfaat kepada berbagai pihak kedepannya. Terkait dengan pembahasan ini. Berikut ini terdapat dua jenis manfaat, yaitu Manfaat Teoritis dan Manfaat Praktis:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian mendatang, menjadi sumber ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ritel pemasaran yang berhubungan dengan komunikasi, kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Selain itu juga semoga dapat menjadi tambahan literatur pada Daftar Pustaka untuk metode atau jenis penelitian kuantitatif.



2. Manfaat Praktis

Peneliti tentunya berharap penelitian ini bisa menjadi masukan bagi perusahaan dalam melakukan riset strategi pemasaran secara mendalam tentang manajemen ritel dan pengaruh dari harga, *word of mouth*, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Besi Sumber Hidup dan berharap penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan bisa menjadi wawasan tentang manajemen ritel didalam dunia bisnis serta memahami cara untuk melakukan langkah awal dalam membangun sebuah bisnis berbasis ritel.

