

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju menuntut perubahan dalam dunia bisnis menjadi semakin kompleks dengan persaingan yang semakin ketat. Setiap perusahaan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan harus berupaya untuk menghasilkan dan menghantarkan produk baik berupa barang maupun jasa dengan baik sesuai dengan permintaan dan kebutuhan dari konsumen. Perusahaan juga harus mampu memahami perilaku konsumen dan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan, menarik dan unggul dalam persaingan usaha.

Konsumen merupakan faktor kunci penentu atas keberhasilan atau kegagalan perusahaan dalam memasarkan produknya. Ditengah pilihan yang begitu banyak, konsumen yang semakin cerdas cenderung lebih memilih produk dan layanan perusahaan yang paling sesuai dengan kebutuhan. Perusahaan harus memahami situasi yang dialami oleh konsumen dalam menentukan pilihan yang bisa berdampak positif bagi konsumen itu sendiri maupun perusahaan.

PT. Gemilang Suksestama Mandiri adalah sebuah perusahaan yang memiliki spesialis dibidang *conveyor system, mechanical* dan *engineering*. PT. Gemilang Suksestama Mandiri mendistributorkan beragam *conveyor belt* dengan jenis *belt* yang berbeda. Perusahaan memproduksi *System conveyor* memungkinkan transportasi barang menjadi lebih cepat dan efisien dipakai di industri untuk transportasi barang yang jumlahnya banyak dan berkelanjutan. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen dalam penggunaan produknya, PT. Gemilang Suksestama Mandiri berusaha untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dengan cara memperhatikan dan menetapkan harga dengan tepat, meningkatkan citra merek yang memberikan nilai positif, meningkatkan *after sales service* yang memberikan layanan produk kepada konsumen serta mempertahankan kualitas yang menjadi nilai utama dari sebuah produk.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian [1]. Perusahaan harus mampu menciptakan strategi menawarkan nilai tambah dari suatu produk dikarenakan keputusan pembelian konsumen juga merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau wirausahawan untuk mampu memikat pelanggan dan mampu menarik masyarakat untuk membeli dan menggunakan produk dari PT. Gemilang Suksestama Mandiri. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain dapat berupa harga, citra merek, *after sales service* dan kualitas produk.

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut [2]. Agar suatu produk tersebut laku dipasaran, perusahaan harus menetapkan harga yang tepat. Penetapan harga jual merupakan unsur penting dalam pengambilan suatu keputusan untuk pertumbuhan perusahaan. Harga yang tepat sesuai nilai dan manfaat dari produk tersebut dapat membuat kepuasan konsumen terpenuhi. Konsumen cenderung mencari harga yang lebih murah dengan manfaat yang sesuai dari produk tersebut. Dengan adanya harga, konsumen dapat membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya, sehingga dapat membantu konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Berikut adalah daftar perbandingan harga produk PT.Gemilang Suksestama Mandiri dan PT.Sumber Buana Perkasa.

Tabel 1.1
Daftar Perbandingan Harga PT.Gemilang Suksestama Mandiri dan
PT.Sumber Buana Perkasa

Nama Produk	Ukuran	PT. Gemilang Suksestama Mandiri	PT. Sumber Buana Perkasa
Belt Rubber	2 Mtr x 200 mtr	Rp. 82.718.820	Rp. 84.536.160
Belt PVC	2 mtr x 100 mtr	Rp. 98.755.575	Rp. 122.265.110
Belt Sersan	2 mtr x 100 mtr	Rp. 143.212.517	Rp. 139.532.742

Tabel 1.1 Sambungan

Nama Produk	Ukuran	PT. Gemilang Suksestama Mandiri	PT. Sumber Buana Perkasa
Belt Roughtop	2 mtr x 100 mtr	Rp. 158.820.960	Rp. 152.575.500
Modular Belt	2 mtr x 50 mtr	Rp. 88.925.380	Rp. 107.273.570
Tabletop Chain	1 Mtr x 50 Mtr	Rp. 77.870.600	Rp. 89.542.300
Roller Conveyor	60 mm x Panjang 650 mm	Rp. 137.800/Pc	Rp. 143.782/Pc

Sumber : PT. Gemilang Suksestama Mandiri dan PT. Sumber Buana Perkasa

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan PT. Gemilang Suksestama Mandiri memiliki rata-rata harga yang lebih murah dibandingkan PT. Sumber Buana Perkasa, di karenakan PT. Gemilang Suksestama Mandiri merupakan perusahaan yang masih baru, sehingga salah satu cara untuk menarik minat konsumen adalah dengan menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan pesaingnya, tetapi ada juga produk yang harganya lebih tinggi yaitu produk *Belt Sersan dan Belt Roughtop*. *Belt Sersan* adalah conveyor belt yang didesain dengan motif menyerupai huruf V pada permukaan beltnya sedangkan *Roughtop Belt* adalah conveyor belt yang didesain lebih tebal dengan permukaan yang lebih kasar / bergerigi. Tingginya harga produk *Belt Sersan dan Belt Roughtop* dikarenakan *belt* yang digunakan jenisnya lebih kuat dan kokoh, karena kedua jenis *belt* tersebut digunakan untuk memindahkan barang ke tempat yang lebih tinggi dengan ketinggian 25 sampai 35 derajat. Perbandingan harga tersebut memberikan suatu pilihan bagi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli suatu produk, Ketika konsumen dihadapkan pada beberapa produk yang sama dari beberapa perusahaan, konsumen pasti akan mencari informasi tentang harga produk yang bersaing dan mencari harga yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh oleh konsumen. hal ini tentunya dapat membuat konsumen dapat berpindah ke kompetitor lain. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [3], akan tetapi penelitian lainnya mengungkapkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [4].

Selain harga, *brand image* merupakan salah satu faktor pendorong keputusan pembelian. *Brand image* yaitu deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu [5]. Peran merek menjadi sangat penting, terutama dalam menjaga persaingan usaha yang baik. Merek yang dibuat oleh pelaku bisnis atau perusahaan bertujuan untuk membedakan barang atau jasa yang diproduksi. Merek dapat disebut sebagai tanda pengenal asal barang atau jasa yang berhubungan dengan tujuan pembuatannya. Merek juga dapat digunakan sebagai alat untuk menjelaskan asal mula produk, mengetahui kualitas produk, serta keaslian produk. Dengan demikian, diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek untuk memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat. Berikut adalah daftar penjualan PT.Gemilang Suksestama Mandiri.

Tabel 1.2
Daftar Penjualan Merek Produk Belt Periode Tahun 2014-2018

Tahun	Merek			Total Penjualan
	Star	Best	Continental	
2014	Rp.215.826.150	Rp.153.485.600	Rp.453.221.960	Rp.822.533.710
2015	Rp.277.524.540	Rp.209.733.400	Rp.425.890.745	Rp.913.148.685
2016	Rp.375.116.920	Rp.296.475.500	Rp.550.311.200	Rp.1.221.903.620
2017	Rp.495.112.430	Rp.543.210.780	Rp.642.890.150	Rp.1.681.213.360
2018	Rp.820.915.620	Rp.762.744.500	Rp.885.700.245	Rp.2.469.360.365
Total	Rp.2.184.495.660	Rp.1.965.649.780	Rp.2.958.014.300	Rp.7.108.159.740

Sumber : PT. Gemilang Suksestama Mandiri

Dari data tabel diatas, dapat kita lihat total penjualan merek Continental, produk asal Korea yang memiliki penjualan yang paling tinggi tiap tahunnya daripada merek Star dan Best yang produknya dari China. Rendahnya penjualan merek Star dan Best di tahun 2014 sampai dengan 2016, di karenakan adanya stigma dari masyarakat bahwa produk asal china memiliki harga yang murah namun kurang baik dalam kualitasnya, hal ini mengakibatkan perusahaan sulit dalam memasarkan produk asal china di awal tahun, lalu pihak produsen sadar akan stigma negatif yang ada di masyarakat sehingga pihak produsen meningkatkan kualitas produk dengan harga yang bersaing, hal ini dapat di lihat dari setiap tahunnya merek Star dan Best juga mengalami peningkatan penjualan. Dan untuk produk merek Continental walaupun memiliki harga yang lebih mahal

daripada merek lainnya, produk tersebut tetap akan menjadi produk yang dicari dan digunakan oleh konsumen dikarenakan Produk Continental dibuat dengan akurasi yang tinggi dan sangat presisi layaknya belt original dan dari sisi bahannya sangat berkualitas seperti karet yang digunakan adalah karet yang kuat dan memiliki campuran dengan *cotton cover fabric* sehingga belt ini mampu berfungsi dengan baik dan dapat bertahan lebih lama dan tidak mudah putus sedangkan untuk produk merek Best dan Star karet yang digunakan lebih tipis sehingga lebih mudah putus saat digunakan karena untuk menyalurkan putaran mesin ke roda agar dapat berjalan membutuhkan media yang lebih kuat. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel citra merek terhadap keputusan pembelian [6], akan tetapi, penelitian lainnya mengungkapkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [7].

Layanan purna jual (*After Sales Service*) adalah berbagai macam layanan yang disediakan produsen atau pedagang setelah produk dibeli oleh pembeli [8]. *After sales service* merupakan salah satu bentuk kewajiban dan tanggung jawab produsen atau pelaku usaha didalam memproduksi barang yang pemanfaatannya berkelanjutan dan menjamin kualitas barang yang telah dijualnya. Layanan purna jual juga merupakan suatu bentuk perlindungan bagi konsumen apabila ternyata performansi produk yang dibelinya tidak sesuai dengan apa yang dijanjikan. Layanan yang diberikan PT. Gemilang Suksestama Mandiri berupa garansi selama 3 bulan setelah pembelian produk, *sales marketing* akan mengunjungi konsumen sebulan sekali untuk dapat mengontrol produk yang digunakan oleh konsumen dan menanyakan apakah ada kendala dalam penggunaan dan pemasangan produk yang dibeli dari perusahaan. Saat konsumen memiliki keluhan dalam pemasangan dan pemakaian produk, staff teknisi akan ke tempat konsumen dalam beberapa hari sesuai dengan waktu yang telah ditentukan untuk melakukan pengecekan terhadap produk dari PT. GSM. Konsumen juga dapat menghubungi secara *online* ataupun melalui whatsapp untuk mendapat respon yang cepat dalam menangani masalah yang dialami konsumen. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu adanya pengaruh yang

signifikan antara variabel *after sales service* terhadap keputusan pembelian konsumen [9], tetapi penelitian terdahulu lainnya mengungkapkan bahwa variabel *after sales service* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian [10].

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan [11]. Kualitas menjadi senjata utama perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya, apabila kualitas produk yang dihasilkan baik, maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk dari perusahaan. Berikut adalah daftar nama produk dan fungsi dari produk PT.Gemilang Suksestama Mandiri.

Tabel 1.3

Daftar Nama Produk dan Fungsi Produk PT.Gemilang Suksestama Mandiri

Nama Produk	Fungsi / Spesifikasi	Daya tahan	Sisi spesifikasi
Belt Rubber	Untuk conveyor pengantar barang seperti kardus dan makanan yang non-food	Normal	Belt yang berasal dari karet alam yang didesain dengan permukaan yang halus dan rata
Belt PVC	Untuk conveyor pengantar makanan	Kurang bagus	Belt yang berasal dari bahan plastik dan memiliki permukaan yang lebih lembut dan lebih fleksibel
Belt Sersan	Untuk conveyor pengantar kardus, kemasan, yang naik keatas hingga ketinggian sampai 25 derajat	Bagus	Belt yang didesain dengan motif menyerupai huruf V pada permukaan beltnya dan ciri fisiknya berwarna hitam
Belt Roughtop	Untuk conveyor pengantar kardus, kemasan, yang naik keatas setinggi 35 derajat	Normal	Belt yang didesain lebih tebal dengan permukaan yang lebih kasar / bergerigi
Belt Modular	Untuk conveyor curve/tekongan bisa untuk makanan dan bahan-bahan yang ringan kurang dari 30 kg	Kurang bagus	Belt yang berasal dari bahan plastik dan dicetak menjadi rantai yang saling terhubung dikarenakan bersifat curve
Tabletop Chain	Untuk conveyor curve & tekongan, biasa digunakan pada aplikasi conveyor yang basah, seperti botol plastik aqua , aqua cup , kaleng	Sangat baik	Belt yang terbuat dari bahan stainless steel dan memiliki sifat yang flexibel
Roller Conveyor	Pengerak Belt agar bisa berjalan	Baik	Roller conveyor didesain khusus dengan lapisan karet dan lapisan anti karat

Sumber : PT. Gemilang Suksestama Mandiri

Fokus kualitas produk PT. Gemilang Suksestama Mandiri adalah performance atau kinerja, kehandalan produk, kesesuaian spesifikasi dan fitur yang menjadikan proses produksi suatu barang menjadi lebih efektif dan efisien. seperti contoh penggunaan *conveyor belt* dalam proses produksi *snack*, dikarenakan penggunaan *conveyor belt* proses pengolahan bahan baku mulai dari proses penggorengannya hingga sampai ke proses *packing* akan berjalan sendiri dan tidak membutuhkan pengerjaan secara manual, Kualitas produk PT. Gemilang Suksestama Mandiri di desain spesifikasi dan fitur nya lebih mudah untuk di pelajari, dan kecepatan *conveyor*nya dapat di atur sesuai dengan keinginan konsumen, serta untuk daya tahan produk PT. Gemilang Suksestama Mandiri juga merupakan salah satu yang terbaik, meskipun ada beberapa komponen yang kurang bagus seperti *belt modular* yang fungsinya khusus untuk *conveyor* tekongan, tetapi ketersediaan komponen juga mudah di dapatkan jika terjadi kerusakan pada komponen apalagi dengan kemudahan layanan *service* konsumen dari pihak perusahaan. Penggunaan *conveyor belt* ini juga menurunkan polusi udara dikarenakan saat penggunaannya tidak mengeluarkan asap dan tidak mengeluarkan suara, jika bersuara itu hanya dikarenakan suara *digear motor* dan suara *run belt* namun tidak terlalu ribut dan mengganggu masyarakat disekitarnya. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen [7]. Peneliti terdahulu lainnya mengungkapkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian [12].

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Citra Merek, *After Sales Service* (Layanan Purna Jual) dan Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri?
3. Apakah *after sales service* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri?
5. Apakah harga, citra merek, *after sales service* dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk membatasi fokus penelitian, pelaksanaan penelitian difokuskan pada pembahasan mengenai: Pengaruh Harga, Citra Merek, *After Sales Service* (layanan purna jual) dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri yang terdiri dari :

1. Variabel terikat : Keputusan Pembelian konsumen
2. Variabel bebas : Harga (X1), Citra Merek (X2), *After sales service* (X3), dan Kualitas Produk (X4)
3. Objek penelitian : PT. Gemilang Suksestama Mandiri
4. Periode penelitian : 2020

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *after sales service* terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Gemilang Suksestama Mandiri

4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT.Gemilang Suksestama Mandiri
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, citra merek, *after sales service* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT.Gemilang Suksestama Mandiri.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai analisis pengaruh harga, citra merek, *after sales service* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian diharapkan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi PT.Gemilang Suksestama Mandiri ketika menentukan harga, citra merek, kualitas produk dan mengembangkan *after sales service*nya dalam usaha meningkatkan minat konsumen dalam membuat keputusan untuk membeli.

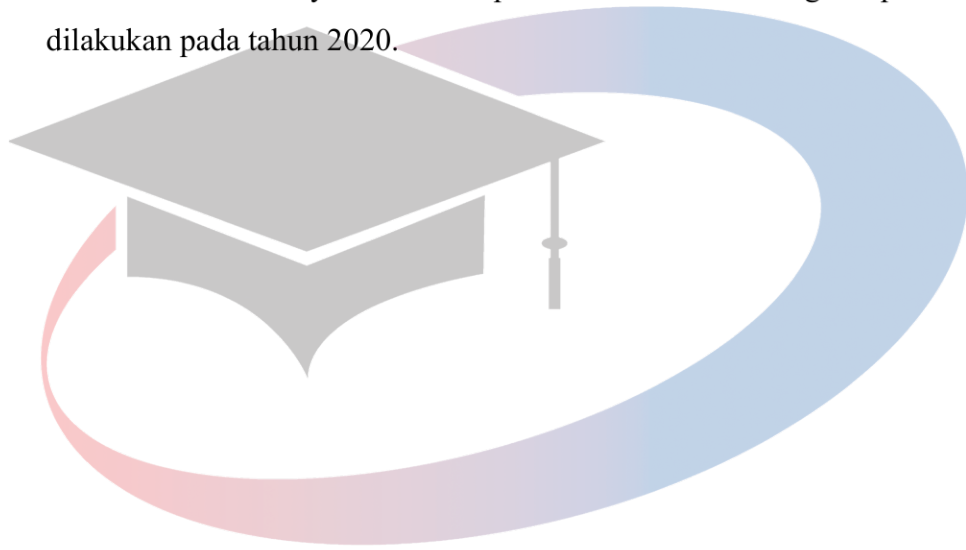
1.6 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Dita Amanah dan Sevi Martini Lumbanraja dengan judul “Pengaruh harga, citra merek dan *after sales service* (layanan purna jual) terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT.Intraco Penta,TBK cabang Palembang.”[9]. Adapun perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Peneliti sebelumnya menggunakan variabel harga, citra merek dan *after sales service* (layanan purna jual) sedangkan penelitian ini menambahkan variabel kualitas produk. Alasan peneliti menambahkan variabel kualitas produk dikarenakan Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk dan atribut produk lainnya [13]. sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa

produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen. Perusahaan yang memiliki produk yang selalu memiliki inovasi akan membuat konsumen tidak jenuh dan memiliki alternatif dalam melakukan keputusan pembelian dan menggunakan suatu produk.

2. Peneliti sebelumnya menggunakan objek PT.Intraco Penta,TBK sedangkan penelitian ini menggunakan objek PT.Gemilang Suksestama Mandiri.
3. Penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2014 sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.



UNIVERSITAS MIKROSKIL