

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat sekarang ini segala yang berhubungan dengan manusia secara cepat akan mengalami perkembangan, seperti pada bidang politik, sosial budaya, dan ekonomi mau pun pada dunia bisnis. Dengan perkembangan dunia bisnis pada saat ini, Dapat ditemukan berbagai bisnis di Indonesia baik bisnis skala besar ataupun skala kecil dan bergerak pada bidang yang berbeda-beda, salah satunya adalah pasar modern yang pada sekarang ini banyak sekali bermunculan berbagai minimarket serta supermarket ditengah masyarakat.

Hal ini mendorong serta membuat para pembisnis harus mampu bersaing untuk mendapatkan minat setiap konsumen ataupun mempertahankan pelanggannya. Sehingga para pembisnis dituntut lebih inovatif dan lebih kreatif dalam membuat sebuah keputusan agar mampu bersaing dan bertahan di dunia bisnis saat ini yang semakin lama semakin berkembang.

Alfamidi merupakan salah satu jaringan toko swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Alfamidi lebih besar dan lebih lengkap dari minimarket pada umumnya, Alfamidi menjual buah dan sayur serta Alfamidi juga menjual berbagai produk makanan, minuman serta barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 5000 produk tersedia di Alfamidi dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli [1]. Keputusan pembelian adalah sikap pelanggan dalam membeli atau menggunakan suatu produk baik dalam bentuk jasa atau pun barang yang telah dipertimbangkan dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan adalah unsur penentu dalam perusahaan untuk mempertahankan konsumen [2]. Kualitas pelayanan yang baik merupakan usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen dan akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik dapat menarik calon pelanggan baru.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atau pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap pelayanan dari suatu perusahaan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dinilai buruk.

Namun pada kenyataannya pelayanan yang diberikan oleh petugas Alfamidi Sisingamangaraja belum sepenuhnya sesuai dengan yang diharapkan, hal ini dikarenakan terdapat beberapa petugas yang kurang baik dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Seperti, petugas yang kurang ramah terhadap konsumen, masih ada petugas yang tidak mengucapkan selamat datang kepada konsumen. Pelanggan juga merasa kurang puas terhadap pelayanan petugas pada saat konsumen ingin melakukan pengisian token atau pembayaran yang melalui Alfamidi, konsumen dibuat menunggu karena petugas tidak selalu ada pada meja dan sering terjadi gangguan pada sistem jaringan dan mesin pencetak tanda bukti transaksi. Ini terjadi juga saat konsumen ingin membayar belanjaan meja kasir dibiarkan kosong, hal ini membuat kenyamanan pelanggan berkurang.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa [3]. Harga merupakan sebagai alat ukur untuk terjadinya transaksi antar perusahaan dengan pelanggan. Penetapan harga akan mempengaruhi jumlah penjualan jika perusahaan menetapkan harga terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh.

Alfamidi menyediakan program tebus murah, seperti regal marie 230g Rp 19.900, kacang kulit Alfamidi 200g Rp 15.900, softener soklin 900ml Rp 26.500. Namun jika belanja mencapai Rp 50.000 maka salah satu dari produk tersebut dapat ditebus dengan harga Rp 10.000. Ketika konsumen harus mengeluarkan uang dengan nominal yang ditentukan untuk mendapatkan produk murah maka pelanggan akan membandingkan dengan harga pesaing.

Dalam program yang ditentukan Alfamidi namun masih terdapat beberapa harga produk yang lebih tinggi dari pesaing. Sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Perbandingan Harga
Tahun 2020**

No	Nama Produk	Harga Alfamidi	Harga Indomaret
1	Silverqueen 65g	Rp 18.900,-	Rp 15.100,-
2	Pantane 170g	Rp 21.200,-	Rp 17.400,-
3	Body Lotion Zaitun Herborist 145g	Rp 21.900,-	Rp 20.200,-
4	Bimoli 2L	Rp29.800,-	Rp 26.800,-
5	Security Lock Xander size 50mm	Rp 43.900,-	Rp 34.900,-

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada Alfamidi terdapat beberapa produk yang harganya lebih tinggi dari pesaingnya. Hal ini dapat membuat pelanggan merasa kurang puas dengan kebijakan harga yang dibuat oleh Alfamidi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah Citra Merek. Citra Merek merupakan nama, istilah, simbol, tanda, dan *design* yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan produk dengan para pesaing [4]. Citra Merek adalah sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek [5]. Citra Merek merupakan kepercayaan pelanggan terhadap suatu merek tertentu, maka semakin kuat Citra Merek di benak pelanggan akan mempengaruhi pula terhadap rasa percaya diri pelanggan.

Citra Merek Alfamidi masih kalah populer dari toko karena konsumen merasa toko lebih mudah dijangkau dan masih bisa melakukan tawar-menawar. Inilah yang menjadi tugas bagi perusahaan untuk memperbaiki Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek dari perusahaan, sehingga mampu memperoleh hasil yang maksimal baik dari segi penjualan, dan loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian ilmiah dengan judul pemelitian : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.”

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian yang telah dijabarkan pada latar belaeang masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan ?

2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Sisigamangaraja Medan?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan?
4. Apakah Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bebas

X1 : Kualitas pelayanan

X2 : Harga

X3 : Citra Merek

b. Variabel Terikat

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y)

- c. Objek penelitian yang akan diteliti dalam hal ini adalah pelanggan Alfamidi Sisingamangaraja Medan.
- d. Tahun pengamatan adalah 2020.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi para pihak yang berhubungan dengan penelitian ini, dan manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh penulis, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan memperkaya wawasan tentang ilmu pemasaran. Selain daripada itu, penelitian ini diharapkan juga dapat menjadi literatur dan rujukan bagi penelitian yang akan memperdalam tentang Keputusan Pembelian.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan pertimbangan serta informasi dalam meningkatkan dan mengembangkan perusahaan terutama yang berkaitan dengan pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dan pengembangan dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana dengan judul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus pada Alfamart di kota Medan)” [6].

Adapun perbedaaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian sebelumnya menganalisis tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan dalam penelitian menambahkan menjadi “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merek”. Alasan peneliti menambahkan variabel diatas adalah karena Citra Merek yang positif akan membuat pelanggan menyukai suatu produk dengan merek yang bersangkutan dikemudian hari, sedangkan bagi produsen Citra Merek yang baik akan menghambat kegiatan pemasaran pesaing [5].
2. Tahun penelitian terdahulu pada tahun 2018, sedangkan penelitian ini dilakukan pada tahun 2020.
3. Penelitian terdahulu melakukan penelitian pada Alfamart dikota Medan, sedangkan pada penelitian ini melakukan pada Alfamidi Sisingamangaraja Medan.