

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, persaingan bisnis semakin ketat dan kompetitif. Untuk bisa bertahan ditengah persaingan yang semakin ketat dan kompetitif, salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan agar dapat sukses di tengah ketatnya persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk atau jasa yang diinginkan konsumen. Persaingan dalam memasarkan perhiasan emas sekarang ini sangat ketat mengingat banyak toko emas sehingga setiap toko emas akan berusaha sekuat mungkin agar perhiasan emas yang dijual dapat dibeli oleh konsumen.

Perhiasan emas banyak disenangi masyarakat karena dengan membeli perhiasan emas adalah salah satu bentuk investasi karena nilainya yang relatif stabil dan cenderung meningkat harganya, oleh karena itu perdagangan perhiasan emas tidak lagi dipandang sebagai jual beli transaksional namun telah berkembang menjadi pemasaran relasional, akibatnya kegiatan toko perhiasan emas yang sebelumnya hanya membuat dan menjual perhiasan emas, bertambah menjadi membuat emas berdasarkan pesanan, membeli perhiasan emas, memperbaiki dan memodifikasi perhiasan emas.

Produk Emas memiliki kepuasan tersendiri dalam mengkonsumsinya. Khususnya perhiasan, semakin tinggi kadar perhiasan emas, maka semakin

mahal harganya, semakin berkilau warnanya dan lebih tahan lama untuk berubah. Kualitas produk berperan mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari toko perhiasan.

Selain itu salah satu cara untuk mendiferensiasikan suatu perusahaan adalah memberikan layanan yang lebih berkualitas dibandingkan dengan pesaing. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Sebaliknya bila layanan yang diterima lebih rendah daripada harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan.

Setelah konsumen memiliki pengetahuan yang banyak dan lengkap (mengenai produk dan layanan) tentunya para konsumen memiliki perilaku yang berbeda dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan, dan gaya hidupnya. Pengambilan keputusan pembelian disertai dengan serangkaian langkah tertentu, seperti pengenalan masalah, mencari, evaluasi alternatif, memilih, dan evaluasi pasca perolehan.

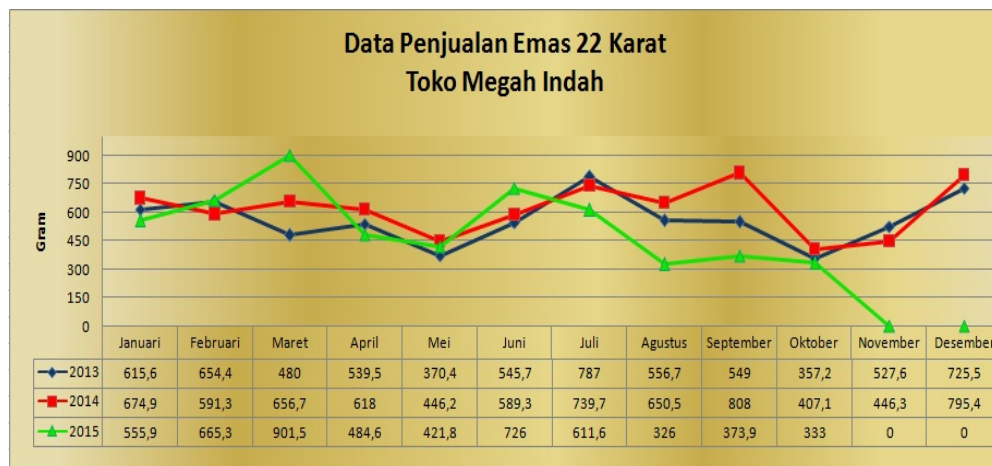
Keputusan pembelian secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Produk yang ditawarkan oleh penjual yang dapat ditemui adalah Perhiasan Emas. Salah satunya di Toko Emas Megah Indah. Toko Emas Megah Indah merupakan toko yang berlokasi di Central Business District Ciledug kota Tangerang, menjadi pilihan konsumen sebagai tempat belanja perhiasan di kota Tangerang, di karenakan pencahayaan toko yang terang, menggunakan warna yang sesuai, aroma toko yang wangi membuat masyarakat merasa nyaman ketika membeli perhiasan dan ditunjang dengan letaknya strategis, tempat mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun dengan angkutan umum sehingga memungkinkan masyarakat menjangkau dengan mudah.

Bentuk perhiasan emas yang dijual Toko Emas Megah Indah bermacam-macam antara lain; kalung, liontin, anting-anting, gelang, cincin, dan bingle. Toko emas Megah Indah juga menawarkan berbagai *desain* yang menarik di

berbagai bentuk perhiasan emas. Hal tersebut merupakan upaya dari toko emas Megah Indah untuk menarik minat konsumen untuk membeli perhiasan emas di toko emas Megah Indah.

Banyaknya konsumen dalam hal pemilihan produk, dengan memilah dan memilih untuk mendapatkan kesesuaian produk. Oleh karena itu, toko emas Megah Indah memiliki karyawan yang telah dibekali pelatihan kerja dengan sistem pelayanan senyum, salam, dan sapa, serta keterampilan sigap, tepat dan cepat dalam melayani. Hal tersebut dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen ketika berkunjung ke toko sehingga memberikan kesan yang baik dimata konsumen dengan harapan konsumen akan melakukan pembelian ulang di toko emas Megah Indah.

Tetapi produk yang disediakan Toko Megah Indah belum terlalu memiliki banyak pilihan model perhiasan, selain hal itu kualitas layananpun belum bisa diberikan sesuai dengan standar pelayanan toko, hal ini dapat membuat para pelanggan beralih ke Toko perhiasan emas lainnya.



Sumber : Buku Kas Toko Megah Indah, 2013-2015

Gambar 1.1
Grafik Penjualan Emas Toko Megah Indah

Berdasarkan data penjualan Toko Emas Megah Indah Gambar 1.1, yang menunjukkan grafik penurunan penjualan jumlah gram emas perhiasan pada tahun 2015. Peneliti disini, ingin mengetahui lebih lanjut, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sebagai pengaruh perkembangan perilaku konsumen. Perilaku konsumen yang ada, dapat dioptimalkan potensinya, sehingga dapat segera menarik perhatian konsumen kembali. Ini dapat dijadikan tolak ukur untuk kemajuan Toko Emas Megah Indah kedepan, agar dapat mempertahankan konsumen loyal, dan mendapatkan konsumen baru atas konsumen loyal yang ada, serta dapat memperoleh laba atas kenaikan penjualan.

Belum banyaknya penelitian yang mengungkapkan perilaku konsumen pada keputusan pembelian perhiasan emas, dari beberapa sisi yang berbeda tentu saja merupakan sesuatu hal yang menarik untuk dikaji. Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk mengkaji secara mendalam dan memfokuskan penelitian ini pada: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas (Studi Kasus Pada Toko Emas Megah Indah Ciledug-Tangerang)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan diatas maka masalah-masalah yang dapat di identifikasikan oleh penulis sebagai berikut :

1. Perdagangan perhiasan emas tidak lagi dipandang sebagai jual beli transaksional namun telah berkembang menjadi pemasaran relasional.
2. Penurunan penjualan jumlah gram emas perhiasan pada Toko Emas Megah Indah tahun 2015.
3. Toko emas lain dapat memberikan kualitas produk yang lebih baik.
4. Toko Megah Indah belum memiliki banyak model perhiasan.
5. Pelayanan yang belum memenuhi standar pelayanan toko.

1.3 Pembatasan Masalah

Ruang lingkup penelitian ini perlu dibatasi agar penulis dapat lebih terarah dan mudah dipahami sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis membatasi penelitian pada kualitas produk, kualitas layanan dan keputusan pembelian perhiasan emas.

1.4 Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang?

4. Faktor manakah yang lebih dominan diantara kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang.
2. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas layanan terhadap terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang.
4. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas di Toko Megah Indah Ciledug-Tangerang

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu:

1. Bagi Toko Emas Megah Indah
Sebagai masukan dan saran yang dapat digunakan untuk meningkatkan pembelian melalui kualitas produk dan kualitas layanan.

2. Bagi Penulis

Sebagai media untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam penelitian sehingga dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan pada keadaan yang sebenarnya di lapangan

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan masukan untuk penelitian lanjutan tentang masalah manajemen pemasaran di masa mendatang