

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan dunia bisnis yang semakin pesat pada era globalisasi menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Peningkatan yang begitu pesat menjadi tantangan tersendiri agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Beberapa carapun dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk menjaga dan mempertahankan keunggulan kompetitif dengan pesaing lainnya. Dalam upaya mempertahankan persaingan, perusahaan selalu melakukan kegiatan bisnis dengan semaksimal mungkin dalam hal merencanakan, mengorganisir dan melakukan kegiatan tersebut sehingga pelanggan dapat melakukan keputusan pembelian pada suatu jasa atau produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Dari segi bisnis, apotek merupakan usaha yang menguntungkan karena obat merupakan salah satu kebutuhan primer dari manusia seperti layak nyamakan dan minum. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat terhadap kebutuhan obat-obatan yang meningkat serta kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin tinggi dan menyebabkan meningkatnya kebutuhan akan obat maka dari itu peluang bisnis apotek semakin besar sehingga persaingan antara apotek semakin ketat. Tingkat persaingan yang semakin ketat menyebabkan apotek sebagai tempat pelayanan penyedia jasa obat-obatan yang dibutuhkan masyarakat bersaing mencari cara mempertahankan agar konsumen memutuskan untuk tidak berpindah ke perusahaan jasa apotek yang lain. Keadaan persaingan yang sangat selektif perlu adanya suatu tindakan yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan agar unggul dalam persaingan dengan upaya menarik perhatian konsumen salah satunya memberikan promosi, harga dan kualitas pelayanan yang optimal yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di apotek tersebut. Secara umum bisnis apotek jika dikelola dengan benar akan menghasilkan keuntungan penjualan yang besar dan akan terus meningkat setiap tahun seiring dengan meningkatnya kebutuhan obat dan produk farmasi yang terus berkembang.

Apotek Roxy merupakan perusahaan ritel farmasi dimana salah satu perusahaan penyedia pelayanan obat-obatan yang mempunyai tujuan untuk memberikan jaminan kepada pasien atau masyarakat terhadap kualitas, ketelitian pembacaan resep maupun peracikan obat, kecepatan dalam pelayanan serta penambahan manfaat baru terhadap arti kesembuhan dan

kesehatam bagi pasien, serta pengembangan desain terhadap produk baru seperti penyediaan kelengkapan terhadap obat-obatan tradisional atau herbal medicine yang dimiliki. Pengembangan yang dilakukan oleh Apotek Roxy dengan mengubah konsep apotek menjadi pusat pelayanan kesehatan atau *Health Center* yang didukung suasana lingkungan nyaman dan bersih di dalam apotek. Salah satu cabang dari retail perusahaan farmasi Apotek Roxy Group adalah Apotek Roxy Mekarsari berlokasi di Jl. Mekarsari Raya Bekasi timur.

Para pebisnis pelayanan jasa obat-obatan juga harus memperhatikan dari segi kualitas pelayanan kepada para konsumen karena kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang harus dikerjakan dari penyedia pelayanan jasa dengan baik kepada para konsumen. Menurut Fandy Tjiptono (Yazid and Hidayat 2020) Kualitas pelayanan yang unggul akan meningkatkan pemasaran karena konsumen akan termotivasi untuk memberikan cerita baik tentang pelayanan kepada orang lain. Sehingga akan mendapatkan produktivitas serta keuntungan bagi pihak penyedia jasa obat-obatan. Dimana jasa dari perusahaan memenuhi kriteria dan harapan pelanggan serta mempengaruhi dalam mengambil keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan salah satu faktor penentu kinerja penjualan. Menurut Helga Drumond (Yazid and Hidayat 2020) Keputusan Pembelian oleh konsumen adalah menentukan semua pilihan yang ada sehingga mereka menilai pilihan yang ada secara sistematis dan obyektif, serta menganalisis keuntungan serta kerugiannya masing-masing. Bila permasalahan keputusan pembelian sudah ditentukan dilihat dari sisi keuntungan dan kerugian dari masing-masing penyedia jasa obat-obatan maka konsumen dapat menentukan pilihan alternatif seperti penyedia jasa obat-obatan yang dapat diambil. Semakin penyedia jasa obat-obatan bisa menjadi patakon keputusan pembelian terbaik konsumen maka makin dapat dipastikan bahwa penyedia jasa obat-obatan tersebut dapat memenangkan persaingan bisnis.

Faktor lain yang mempengaruhi strategi pemasaran dalam menetapkan keputusan pembelian adalah Promosi. Promosi merupakan bauran pemasaran yang sangat penting diterapkan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Saat promosi dijalankan secara otomatis nilai produk yang ditawarkan akan lebih rendah dari nilai transaksi yang dipikirkan pelanggan sehingga memberikan nilai keuntungan. Kegiatan promosi bukan saja sebagai fungsi alat komunikasi tetapi juga sebagai media yang digunakan bagi penyedia jasa obat-obatan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Nuraini and Oktavia 2020)

Selain itu cara dalam meningkatkan keputusan pembelian maka pihak apotek harus melihat aspek harga. Menurut Kotler dan Armstrong (Sumarni et al. 2020) Harga merupakan jumlah nilai yang harus dibebankan konsumen demi memperoleh manfaat dari suatu produk tersebut. Dalam menetapkan harga pihak dari tiap Apotek ditentukan berbeda-beda tergantung dari kebijakan perusahaan yang ditetapkan serta biaya yang dibutuhkan perusahaan. Preferensi konsumen salah satu yang membuat keputusan membeli adalah faktor harga.

Demikian dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian promosi kualitas pelayanan dan harga. Dalam penelitian ini berjudul “Pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan rumusan masalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari?
4. Apakah promosi, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun masalah yang dirumuskan diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek roxy Mekarsari
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek roxy Mekarsari
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek roxy Mekarsari

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi, kualitas pelayanan, harga berpengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap keputusan pembelian pada apotek roxy Mekarsari

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihak yang berkepentingan, antara lain sebagai berikut :

1. Untuk Dunia Akademik

Bagi Universitas sebagai Lembaga pendidikan, semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagai salah satu bentuk pengalaman dan semoga penelitian ini dapat dijadikan refrensi informasi khususnya dalam hal pemasaran

2. Untuk Umum

Sebagai bahan informasi bagi peneliti lain yang ingin membahas permasalahan yang sama.

3. Untuk Penulis

Dalam penelitian ini, peneliti menambah referensi penelitian tentang Pengaruh promosi, kualitas pelayanan, harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari

4. Untuk Perusahaan Dari hasil penelitian ini mungkin dapat dijadikan bahan saran untuk perusahaan agar mengetahui pengaruh promosi,kualitas pelayanan, harga terhadap keputusan pembelian pada Apotek Roxy Mekarsari

1.5 Batasan Masalah

Mengingat permasalahan yang dihadapi cukup kompleks agar penelitian dapat fokus dan dapat mencapai target yang diharapkan, serta faktor keterbatasan waktu penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah. Dalam penelitian ini, penulis membatasi permasalahan hanya pada variabel bebas yaitu promosi, kualitas pelayanan,harga, serta sebagai variabel terikat yaitu keputusan pembelian pada Apotek roxy Mekarsari

1.6 Sistematika penulisan

Untuk memahami tujuan penulisan penelitian ini, maka sistematika penulisan dilakukan dengan menjelaskan secara keseluruhan mengenai bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab pendahuluan terdiri dari enam sub bab sebagai berikut yaitu latar belakang, perumusan masalah, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab tinjauan pustaka terdiri dari empat sub bab sebagai berikut yaitu beberapa literature mulai dari landasan teori dari variabel-variabel, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Dalam bab metodologi penelitian secara keseluruhan berisi tentang desain penelitian, tahapan penelitian, jenis data dan cara pengambilan sampel, metode analisis data dan Teknik pengolahan data yang tepat untuk digunakan.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab analisis dan pembahasan ini dijelaskan analisis data dan hasil diuraikan secara jelas dan singkat.

BAB V PENUTUP

Bab ini peneliti akan membahas rangkuman dari bab sebelumnya disajikan dalam bentuk suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran yang bisa bermanfaat bagi para pembaca serta informasi bagi para penelitian selanjutnya.