

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan pemasaran produk *sparepart* motor saat ini sangat pesat, dimana produk *sparepart* motor yang dijual untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sangat beragam dan tidak luput dari suatu persaingan antara sesama penjual. Dengan semakin bertambahnya jumlah pengendara motor pada tiap tahunnya menjadikan peluang yang besar untuk mendapatkan keuntungan dan mungkin akan terus bertumbuh. Pilihan masyarakat untuk menggunakan motor karena mudah, anti macet, dan juga dari suku cadang murah untuk kalangan menengah kebawah. Kepadatan aktivitas di jalan menuntut kendaraan yang dipakai harus selalu dalam keadaan yang baik. Toko *sparepart* motor merupakan usaha yang didirikan dengan tujuan menerima jasa perawatan atau perbaikan dan menjual berbagai macam keperluan untuk kendaraan roda dua atau yang disebut motor (Yudhi, 2019).

Toko UPS Motor merupakan salah satu toko yang menjual *sparepart* dan *accessories* motor di pengasinan kelurahan rawalumbu, yang kehadirannya dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk memperoleh barang *sparepart* motor. Akan tetapi, mulai banyak usaha bisnis toko *sparepart*, sengitnya persaingan, konsumen yang sensitif terhadap harga dan pelayanan pada konsumen, belum lagi kompetitor yang kelihatannya kecil namun justru berpengaruh besar dalam permainan pasar. Agar hal tersebut tidak terjadi maka pemilik usaha perlu memperhatikan pelanggannya dan mampu memenuhi keinginan mereka melalui pelayanan yang sebaik-baiknya dan harga yang sepadan agar konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Amalia (2019:97) keputusan pembelian merupakan keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai

produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Ibrahim dan Thawil (2019:177) kualitas pelayanan adalah suatu bentuk dari upaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Berdasarkan pengertian tersebut peran kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan sangat berpengaruh, tanpa adanya pelayanan yang tepat konsumen akan kurang minat terhadap produk yang dijual. Toko *Sparepart UPS Motor* memiliki bidang pelayanan dan fasilitas yang harus dikembangkan. Masalah pelayanan yang dihadapi oleh toko UPS Motor adalah respon karyawan yang lambat dalam memberikan produk, hal ini membuat pelanggan menjadi menunggu dan kesal menghadapi layanan yang lambat tersebut. Masalah lainnya adalah kurangnya agent operasional, hal ini membuat pelanggan menunggu antrian karena agent full menangani pelanggan lain, tentunya juga akan berdampak pada respon yang lambat kepada pelanggan.

Faktor lainnya yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Menurut Anam (2021:121) harga merupakan bagaimana cara konsumen melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah dan adil. Tinggi dan rendahnya harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum memutuskan pembelian terhadap suatu produk, oleh sebab itu perusahaan harus bijak dalam penentuan harga produk yang dihasilkannya. Setiap perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan cara yang berbeda-beda, salah satu caranya adalah menjual dengan harga yang lebih murah dan mendapatkan keuntungan yang lebih sedikit daripada toko lain. Hal ini membuat harga pasaran menjadi rusak dan membuat konsumen dari toko UPS Motor beralih pindah ke toko lain yang lebih murah. Berdasarkan hal ini maka harga mempunyai pengaruh yang kuat kepada

keputusan pembelian. Berikut ini perbandingan harga toko *sparepart* di Rawalumbu, Kota Bekasi:

Tabel 1. 1 Perbandingan Daftar Harga

Produk	Nama Toko					
	UPS Motor	Lancar Motor	King Motor	Atlantic Motor	AJM Motor	Tusias Motor
Oli Mesin Mpx 2	Rp51000	Rp50000	Rp50500	Rp50800	Rp50000	Rp51000
Oli Gardan Ahm	Rp18000	Rp17000	Rp17500	Rp17000	Rp16500	Rp16000
Busi Ngk Standar	Rp22000	Rp20500	Rp21000	Rp21000	Rp20000	Rp21500
Aki Motor	Rp150000	Rp140000	Rp140000	Rp130000	Rp125000	Rp130000
Bohlam Lampu Motor	Rp18000	Rp16500	Rp17000	Rp16000	Rp17000	Rp17500
Minyak Rem	Rp20000	Rp19500	Rp19000	Rp19800	Rp18500	Rp18000
Carbu Cleaner	Rp23000	Rp22500	Rp22000	Rp21000	Rp21500	Rp22000
Kampas Rem Depan	Rp20000	Rp19500	Rp19000	Rp19500	Rp18500	Rp18000
Kampas Rem Belakang	Rp45000	Rp44500	Rp44500	Rp43000	Rp44000	Rp43500
Lem Paking	Rp15000	Rp14000	Rp14500	Rp13500	Rp14000	Rp13000

Pada tabel 1.1 terlihat harga *sparepart* UPS Motor cukup bersaing. Tingginya harga *sparepart* UPS Motor menunjukkan bahwa harganya lebih mahal dari *sparepart* lainnya. Konsumen mengatakan bahwa harga produk tidak sesuai dengan apa diharapkan. Soal harga *sparepart* UPS Motor memang lebih mahal dari pesaing

lainnya. Tingginya harga *sparepart* UPS Motor karena kualitas yang digunakan untuk membuatnya berubah mengikuti inflasi. Pemilik UPS Motor mematok harga tinggi untuk produknya karena kondisi ini. Hal ini kemungkinan besar tidak akan baik untuk keberlangsungan bisnisnya. Oleh karena itu, kemungkinan konsumen beralih ke produk pesaing lebih besar.

Berdasarkan uraian di atas dan hasil penelitian sebelumnya serta teori-teori yang mendasar maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *sparepart* UPS Motor”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan mempunyai tujuan tertentu, begitu juga dalam pelaksanaan penelitian ini. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor.

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko *sparepart* UPS Motor.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman, wawasan, dan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada industri *sparepart* motor.

2. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur dan referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya terkait kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi bagi penelitian lain yang sejenis, serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang pemasaran dan ilmu pengetahuan ekonomi yang ada hubungannya dengan masalah-masalah mengenai kualitas pelayanan, harga, dan keputusan konsumen.

1.5 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian agar masalah yang diteliti memiliki ruang lingkup dan arah yang jelas, maka peneliti memberikan masalah yakni variabelvariabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, harga, dan keputusan pembelian di toko *sparepart* UPS motor. Objek pada penelitian ini adalah toko *sparepart* UPS motor yang berlokasi di pengasinan, rawalumbu. Penelitian ini memiliki rentang waktu yaitu 4 bulan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi penjelasan tentang isi yang terkandung dari masing-masing bab secara singkat dari keseluruhan skripsi ini. Skripsi ini disajikan dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau pembatasan masalah, dan sistematika laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan atau mendeskripsikan secara teoritis mengenai teori teori yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian. Dan yang menjadi pedoman dalam menganalisis masalah. Teori yang digunakan mengenai konsep keputusan pembelian, pengertian, faktor-faktor dan indikator keputusan pembelian pengertian kualitas pelayanan, faktor – faktor dan indikator kualitas pelayanan, pengertian harga, faktor-faktor yang mempengaruhi harga, indikator harga hubungan logis antar variabel dan kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan beberapa hal antara lain tentang populasi, sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel instrument penelitian serta metode analisis dan pengujian hipotesis.

BAB IV ANALISIS PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai hasil penelitian seperti gambaran umum perusahaan, responden yang menjadi obyek penelitian, deskripsi data responden sebagai sampel penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian terhadap masalah yang diteliti dan juga saran yang diberikan sebagai masukan dari hasil penelitian.