

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Seiring dengan berkembangnya zaman, kehidupan dan budaya manusia serta arus globalisasi yang semakin pesat menimbulkan adanya pergeseran nilai budaya dari masyarakat sosial menjadi cenderung lebih individual. Mobilitas yang tinggi membuat masyarakat selalu berusaha untuk melakukan segala hal dengan mudah, cepat dan praktis. Tidak dapat dipungkiri bahwa berbelanja merupakan salah satu hal yang ingin dilakukan setiap orang dengan cepat dan mudah. Berbelanja seringkali menyita banyak waktu apabila dilakukan di pasar tradisional dengan alasan tawar-menawar, memilih makanan yang segar, dan lainnya. Menangkap peluang akibat dari pergeseran gaya hidup masyarakat yang menjadikan kegiatan tersebut sebagai bagian dari kebutuhan hidup, membuat para pelaku bisnis semakin semangat menciptakan supermarket ideal yang dibutuhkan masyarakat masa kini. Supermarket dengan harga yang sudah ditentukan tanpa harus ada proses tawar-menawar, menyediakan makanan dan minuman yang sudah terjamin kualitasnya, pelayanan yang berkualitas dan dapat memudahkan konsumen ketika berbelanja, hal ini tentu akan menjadi pilihan bagi masyarakat yang menginginkan kemudahan dan kepraktisan dalam berbelanja.

Lovina adalah salah satu objek wisata yang ada di Bali Utara dimana Lovina ini adalah tempat yang banyak dikunjungi oleh wisatawan nasional maupun

internasional, banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Lovina hanya untuk berbelanja atau berlibur. Salah satu tempat yang sering dikunjungi wisatawan asing saat berkunjung ke Lovina yaitu Supermarket Pepito. Supermarket Pepito ini sangat terkenal di Bali khususnya di daerah Lovina, selain tempatnya yang strategis, terlihat dari pelayanan yang diberikan oleh Supermarket Pepito cabang Lovina kepada konsumen ialah pelayanan yang sangat baik, ramah, dan cekatan sehingga konsumen sangat senang untuk berbelanja disana dan merasa nyaman atas pelayanan tersebut.



Gambar 1.1
Data Pengunjung Supermarket Pepito Cabang Lovina
(Sumber : *Manager Supermarket Pepito Cabang Lovina, 2022*)

Hasil wawancara awal dilihat dari Gambar 1.1 menunjukkan data kunjungan ke Supermarket Pepito Cabang Lovina dari tahun 2018-2022 terlihat adanya kenaikan dan penurunan dari jumlah pengunjung Supermarket Pepito Cabang Lovina ini disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen untuk berbelanja di Supermarket Pepito Cabang Lovina. Pada tahun 2018 jumlah kunjungan mencapai 148.000 pengunjung, namun ditahun 2019 dan 2020 saat pandemi Covid-19 melanda Supermarket Pepito Cabang Lovina mengalami

penurunan jumlah pengunjung. Hal ini didasari adanya larangan dari beberapa negara terhadap warga negaranya untuk tidak berpergian ke negara lain serta pembatasan mobilitas yang dilakukan pemerintah. Seperti yang diketahui bahwa Lovina adalah tempat pariwisata yang memberikan kontribusi tinggi terutama dalam bidang ekonomi kepada masyarakat lokal sehingga penghasilan ekonomi masyarakat pun ikut menurun akibat Covid-19 mengakibatkan masyarakat beralih ke supermarket biasa yang harganya jauh lebih murah walaupun kualitas pelayanan dan produknya tidak berkualitas, namun di tahun 2021-2022 perekonomian masyarakat semakin membaik sehingga masyarakat kembali memilih supermarket yang memiliki kualitas pelayanan yang baik seperti Supermarket Pepito Cabang Lovina untuk membeli keperluan yang dibutuhkan dengan pelayanan yang baik dan nyaman.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) keputusan pembelian adalah fokusnya titik upaya pemasar, sebagian besar perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen di Indonesia sangat detail untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, di mana konsumen membeli, bagaimana dan seberapa banyak yang konsumen beli, ketika konsumen membeli, dan mengapa konsumen membeli. Keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), terdapat empat indikator dalam keputusan pembelian diantaranya (Y_1) kemantapan pada sebuah produk, (Y_2) kebiasaan dalam membeli produk, (Y_3) memberikan rekomendasi kepada orang lain, (Y_4) melakukan pembelian ulang. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.1
Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No	Skor Keputusan Pembelian				Total	Kategori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄		
1.	4	4	4	4	16	Tinggi
2.	3	4	4	4	15	Tinggi
3.	5	5	5	5	20	Sangat Tinggi
4.	2	4	5	4	15	Tinggi
5.	3	5	4	5	17	Sangat Tinggi
6.	4	4	5	5	18	Sangat Tinggi
7.	5	4	4	3	16	Tinggi
8.	3	3	1	3	10	Rendah
9.	4	4	4	4	16	Tinggi
10.	3	4	4	5	16	Tinggi
Jumlah	36	41	40	42	159	Tinggi

(Sumber: data primer diolah, 2023).

Dilihat dari Tabel 1.1 menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina tergolong tinggi, salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap suatu produk adalah kualitas pelayanan dan harga. Walaupun harga yang ditawarkan oleh Supermarket Pepito Cabang Lovina lebih tinggi dari harga yang ditawarkan oleh pesaing namun keputusan pembelian tetap tinggi, suatu hal yang tidak mudah untuk dapat mempertahankan dan menarik konsumen dalam persaingan bebas seperti sekarang ini, untuk itu pengusaha sebaiknya pandai memberikan produk yang berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan harga yang membuat konsumen tertarik serta memberikan kualitas pelayanan yang baik. Menurut Khanisa (2021) kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Cahya, dkk (2021) menyatakan kualitas pelayanan dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler (2019) kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan, apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat lima indikator dari kualitas pelayanan diantaranya yaitu (X_{1.1}) *realibility*, (X_{1.2}) *responsiveness*, (X_{1.3}) *assurances*, (X_{1.4}) *empathy*, (X_{1.5}) *tangibles*. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.2
Observasi Awal Variabel Kualitas Pelayanan

No	Skor Kualitas Pelayanan					Total	Katagori
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}		
1.	4	4	4	4	5	21	Sangat Tinggi
2.	4	4	4	4	5	21	Sangat Tinggi
3.	5	5	5	5	4	24	Sangat Tinggi
4.	4	4	5	4	4	21	Sangat Tinggi
5.	3	4	4	4	4	19	Sangat Tinggi
6.	4	4	4	4	5	21	Sangat Tinggi
7.	4	5	4	5	4	22	Sangat Tinggi
8.	3	3	3	3	3	15	Tinggi
9.	4	4	4	1	4	17	Sangat Tinggi
10.	4	5	4	5	4	22	Sangat Tinggi
	39	42	41	39	42	203	Sangat Tinggi

(Sumber: data primer diolah, 2023).

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan di Supermarket Pepito Cabang Lovina tergolong sangat tinggi. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pengunjung yang pernah berbelanja di Supermarket Pepito Cabang Lovina kualitas pelayanan dari pegawai Pepito sangat baik hal ini terlihat dari kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, dan cekatan ketika membantu konsumen saat kesulitan mencari barang yang

ingin dicari, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan perusahaan untuk menjamin mutu sehingga konsumen percaya dan yakin untuk membeli produknya. Maka dari itu konsumen merasa nyaman atas pelayanan ketika berbelanja di Supermarket Pepito Cabang Lovina, sebagaimana telah ditetapkan pada sistem pelayanannya. Pelayanan merupakan senjata yang paling penting dalam melakukan suatu usaha. Menurut Khanisa (2021) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2018) menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Rata-rata harga produk yang dijual di Supermarket Pepito jauh lebih mahal dari harga supermarket lokal lainnya, hal ini juga disampaikan oleh konsumen yang telah di wawancarai. Seperti untuk harga daging *press*, keju, *wine* dan beberapa produk lokal lainnya yang dijual dengan harga lebih tinggi karna belum terdapat di supermarket lokal lain. Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan indikator yang mencerminkan harga adalah (X_{2.1}) keterjangkauan harga, (X_{2.2}) kesesuaian harga dengan kualitas produk, (X_{2.3}) daya saing, (X_{2.4}) kesesuaian harga dengan manfaat produksi. Berikut hasil kuesioner awal terhadap 10 responden.

Tabel 1.3
Observasi Awal Variabel Harga

No	Skor Harga				Total	Katagori
	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}		
1.	4	3	4	4	15	Tinggi
2.	2	2	3	3	10	Sedang
3.	3	2	5	4	14	Tinggi
4.	4	4	5	5	18	Sangat Tinggi
5.	3	3	5	4	15	Tinggi
6.	4	2	4	4	14	Tinggi
7.	3	3	4	4	14	Tinggi
8.	3	3	3	3	12	Sedang
9.	4	4	4	4	16	Sangat Tinggi
10.	3	4	4	5	16	Tinggi
	33	30	41	40	144	Tinggi

(Sumber: data primer diolah, 2023).

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa variabel harga di Supermarket Pepito Cabang Lovina tergolong tinggi. Penentuan harga pada suatu produk yang dilakukan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan tingkat harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur dalam permintaan suatu produk. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrianata, dkk (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Viesti (2017) harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah penelitian diatas maka ditarik kesimpulan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Supermarmarket Pepito Cabang Lovina”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- (1) Data kunjungan yang tidak stabil cenderung turun.
- (2) Adanya beberapa *brand* lokal yang di bandrol diatas harga rata-rata supermarket lokal lainnya.
- (3) Adanya kesenjangan hasil penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, maka penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

- (1) Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina?
- (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina?
- (3) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk memperoleh temuan yang teruji mengenai hal-hal sebagai berikut.

- (1) Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina.
- (2) Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina.
- (3) Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Supermarket Pepito Cabang Lovina.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- (1) Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran tentang pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian di supermarket Pepito Cabang Lovina.

- (2) Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran serta informasi kepada manajemen Supermarket Pepito Lovina terkait pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian di supermarket Pepito Cabang Lovina .