

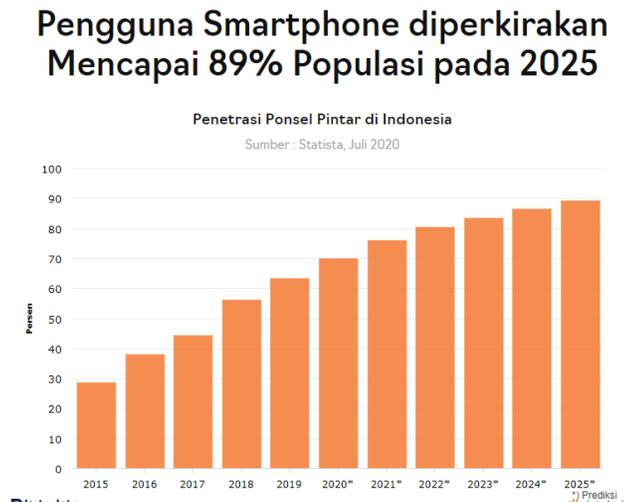
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era globalisasi saat ini memiliki banyak dampak dalam dunia bisnis serta terjadinya kemajuan dan perubahan yang signifikan pada perkembangan bisnis menjadi lebih modern terutama dibidang teknologi. Teknologi yang semakin canggih akan berdampak pada pola pikir dan sikap konsumtif manusia, dalam mencari informasi banyak orang ketergantungan pada internet serta mudahnya berkomunikasi sehingga *smartphone* sangat dibutuhkan pada era saat ini. Pada hakikatnya teknologi diciptakan agar dapat mempermudah manusia dalam beraktivitas serta memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Perkembangan zaman yang semakin modern menciptakan berbagai macam teknologi yang semakin canggih sehingga membuat hampir tidak ada bidang kehidupan manusia yang bebas dari penggunaannya khususnya teknologi komunikasi yang saat ini mampu memberikan transformasi bagi kehidupan manusia. Peran teknologi komunikasi menjadi sangat penting karena banyaknya tuntutan kebutuhan akan pertukaran informasi yang cepat dan tepat. Teknologi komunikasi yang berkembang telah memungkinkan manusia untuk terhubung satu sama lain tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Penyatuan berbagai fungsi dari alat-alat komunikasi telah menyatu dalam sebuah alat komunikasi yang bernama *smartphone*. *Smartphone* merupakan telepon seluler dengan kemampuan lebih, mulai dari fitur, resolusi, hingga komputasi termasuk adanya sistem operasi *mobile* di dalamnya.[1]

Pengguna *smartphone* di Indonesia diprediksi akan selalu naik setiap tahunnya, terdapat 75% populasi di Indonesia pengguna *smartphone* pada tahun 2021, hingga 2025 diperkirakan sampai 89% pengguna *smartphone* di Indonesia seperti gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1
Pengguna Smartphone di Indonesia

Sumber: <https://www.google.com/search?q=pengguna+smartphone+di+indonesia+2021>

Kehadiran dari *smartphone* ini memang mampu memberi berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunanya. Berdasarkan pra survei ditemukan bahwa ada yang menggunakan *smartphone* untuk hal yang positif yakni dengan banyaknya fasilitas pendukung di dalamnya serta mampu terkoneksi dengan jaringan internet, konsumen merasa perlu untuk memiliki *smartphone* dan menggunakannya untuk mencari tugas kuliah, selain itu melalui *smartphone* juga dapat mengakses informasi mengenai penambahan wawasan atau pengetahuan-pengetahuan umum lainnya, dapat di akses melalui *smartphone*. Namun ada juga yang menggunakannya secara negatif dimana ketika seseorang sudah semakin terikat dengan hal ini maka tingkat komunikasi interpersonalnya dengan orang lain secara tatap muka akan menurun. Terbukti dengan berbagai fenomena yang diamati penulis bahwa sangat sering kita berjalan atau makan bahkan saat sedang berada dengan orang lain dalam suatu kegiatan sehingga tidak

menyadari lagi bahwa ia sedang berada dalam suatu kelompok atau kumpulan orang, bahkan sudah memiliki rasa ketergantungan dengan *smartphone*-nya sehingga sangat sulit untuk dilepas meski hanya untuk 2 sampai 3 jam. Dari fenomena ini dinilai bahwa kecendrungan akan *smartphone* pada saat ini cukup besar sehingga persaingan dipasaran juga ketat.

Saat ini, kegiatan dalam bidang pemasaran memiliki peranan yang penting dalam dunia bisnis, hal ini disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan pemasaran ini harus memberikan kesan yang baik di mata konsumen, dimana perusahaan harus memberikan layanan yang terbaik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada para konsumen, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur dalam keberhasilan perusahaan. Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk sampai ke tangan konsumen saja tetapi juga bagaimana memberikan layanan yang baik, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan. Peranan dari pemasaran adalah menyediakan arah bagi perusahaan. Konsep pemasaran menekankan bahwa upaya perusahaan seharusnya berfokus pada pemenuhan kebutuhan pelanggan, target dan menghasilkan laba. Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada kiat-kiat dan strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat, perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen secara meyakinkan dan berkesinambungan. Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak pesaingnya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum.

Pesaing yang ketat antar pebisnis membuat konsumen tidak hanya menjadi pihak yang pasif hanya mendapatkan dan menggunakan produk saja, karena konsumen juga bertindak sebagai pengambil keputusan pelayanan yang dipilih ditengah banyaknya toko *smartphone* yang bisa

dipilih. Persaingan ini membentuk para pebisnis menaikkan kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, toko Mitra *cell* dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat.

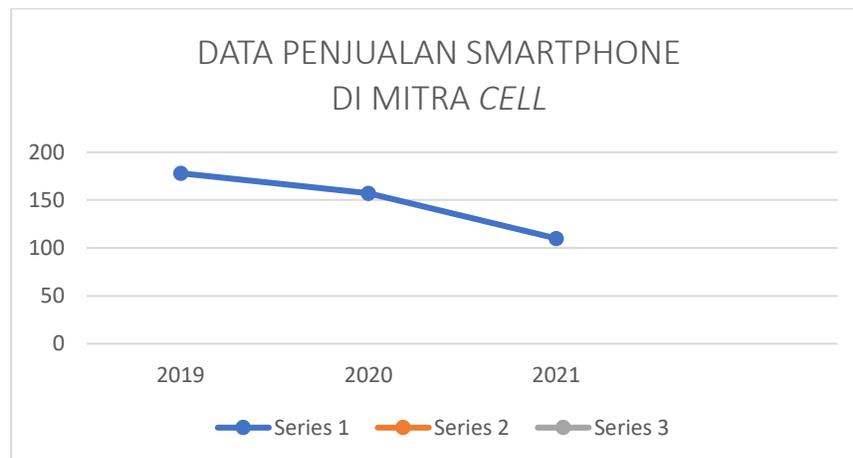
Pelaksanaan aktivitas penjualan yang dilakukan pengusaha harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga menghasilkan hubungan yang baik pula, oleh sebab itu didalam sebuah perusahaan harus memiliki komunikasi yang baik dengan konsumen, hal ini dilakukan untuk menghasilkan hubungan yang selaras dan baik dengan konsumen. Karena dibutuhkan kualitas pelayanan dalam menjaga stabilitas hubungan yang baik dengan konsumen agar tercipta hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen serta citra positif perusahaanpun tetap terjaga. Pelayanan dapat berupa pelayanan langsung dan tidak langsung. Pelayanan langsung dapat berupa kualitas produk, harga, promosi dan lainnya. Sedangkan pelayanan tidak langsung dapat berupa kenyamanan pelanggan saat belanja, kebersihan toko, keamanan toko, kelayakan produk yang dijual, serta fasilitas lain yang dapat dirasakan oleh pelanggan namun tidak secara langsung diperlihatkan kepada pelanggan.

Pelayanan dan profit ibarat dua sisi mata uang yang tidak dapat dipisahkan. Pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap profit dan berkorelasi dengan hasil yang akan didapatkan oleh toko, artinya pelayanan yang baik akan menciptakan suasana yang berkesinambungan. Saat ini banyak bermunculan *counter*, ataupun toko-toko sejenisnya di Padang yang tidak hanya satu atau dua, tetapi ada beberapa toko *smartphone* yang berjejer dengan jarak yang tidak begitu jauh. Hal ini sangat berpengaruh pada kualitas pelayanan, dimana toko perlu mempunyai strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen tetap merasa nyaman dan membeli produk secara terus menerus. Pembelian terus menerus mengartikan bahwa konsumen memiliki loyalitas terhadap toko. Disini toko mitra *cell* yang ada di Padang sangatlah strategis

menempatkan lokasinya, sehingga memudahkan pelanggan untuk menjangkaunya. Berada ditengah-tengah keramaian pasar dan dikelilingi kompleks perumahan memudahkan untuk pelanggan memenuhi kebutuhannya.

Jika kebutuhan pelanggan terpenuhi serta dengan ditingkatkannya kualitas pelayanan, maka akan berdampak pada peningkatan volume penjualan. Semakin banyak pelanggan yang mendapatkan nilai tambah dari pelayanan toko, besar kemungkinan keuntungan perusahaan juga akan meningkat.

Kondisi keputusan pembelian pada toko Mitra *Cell* pada 3 tahun terakhir berdasarkan data penjualan ialah sebagai berikut:



Gambar 2
Data Penjualan Toko Mitra *Cell*
Sumber: (Toko Mitra *Cell* – Data diolah peneliti, 2021)

Berdasarkan gambar 2 diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian di Mitra *Cell* pada tahun 2019 sampai tahun 2021, hal ini terlihat dari indikator sebagai berikut:

1. Pencarian Informasi

Sebagian besar calon konsumen mencari informasi seputar produk yaitu melalui sosial media khususnya instagram. Selain itu konsumen juga memanfaatkan era digital sebagai kemudahan informasi produk yang dipasarkan. Sehingga konsumen cenderung berbelanja *online* dibanding datang ke toko.

2. Evaluasi Alternatif

Konsumen mencari tau pelayanan yang diberikan dan memandang pelayanan sebagai suatu rangkaian atribut, atribut yang menonjol dianggap penting. Pemasar perlu menjelaskan manfaat produk dan menentukan atribut yang menonjol untuk mempengaruhi evaluasi alternatif sebelum keputusan.

Permasalahan tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang kurang optimal pada Toko Mitra *Cell*, Kualitas pelayanan merupakan tolak ukur dalam menentukan keputusan pembelian atau puas tidaknya konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, karena melalui kualitas pelayanan akan dapat menilai kinerja dan merasakan puas atau tidaknya mereka dengan layanan yang diberikan oleh karyawan. Untuk memberikan layanan yang bagus, tidak harus membutuhkan biaya yang mahal. Pelayanan membutuhkan komitmen dan keyakinan dari perusahaan untuk memberikan layanan maksimal kepada konsumen. Semua karyawan yang berhubungan dengan konsumen, harus menganggap diri mereka sebagai duta dari perusahaan. Kepuasan dan ketidakpuasan konsumen akan suatu layanan akan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pembelian selanjutnya. Adapun penyebab menurunnya penjualan di toko Mitra *Cell* Dangung-dangung adalah sebagai berikut:

1. *Assurance* (jaminan)

Kurang ramahnya karyawan melayani konsumen sehingga konsumen tidak nyaman dalam berbelanja, menyebabkan turunnya volume penjualan pada Mitra *Cell*, hal ini terjadi karena kurangnya komitmen manajemen yang berhubungan dengan jaminan (*assurance*) pada kualitas pelayanan.

2. *Empathi* (Empati)

Kurang adanya komunikasi dari pimpinan ke karyawan berkaitan dengan komitmen pelayanan yang berkualitas menyebabkan karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan kehilangan arah. Penentuan sasaran sangat diperlukan sebagai pengarah sehingga karyawan menyampaikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang

“Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone*.” PADA TOKO MITRA *CELL* DANGUNG-DANGUNG DI PADANG

B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum toko Mitra *Cell* Dangung-dangung di Padang?
2. Bagaimana kualitas pelayanan di toko Mitra *Cell* Dangung-dangung di Padang?
3. Bagaimana keputusan pembelian produk *smartphone* di toko Mitra *Cell* Dangung-dangung di Padang?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk *smartphone* pada toko Mitra *Cell* Dangung-dangung di Padang?

5. Bagaimana hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan oleh toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui gambaran toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang
2. Menganalisis kualitas pelayanan di toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang
3. Menganalisis keputusan pembelian produk *smartphone* di toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang
4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *smartphone* pada toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang
5. Menganalisis hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan oleh toko Mitra *Cell Danggung-danggung* di Padang mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Manfaat Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara jelas dalam membentuk dan membangun keputusan pembelian melalui kualitas pelayanan. Selain itu hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam membangun keputusan pembelian.

b. Manfaat Secara Praktis

- 1) Dapat memberikan pengetahuan dan kesadaran kepada konsumen atas kualitas pelayanan dalam membeli dan mendapatkan *smartphone*.
- 2) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada tingkat S1 Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan

D. Lokasi dan Lamanya Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko Mitra *Cell*, berlokasi di Jl. Tan Malaka, Dangungdangung, Kenagarian Guguk VIII Koto, Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat. Mitra *Cell* adalah sebuah toko *smartphone* ternama di Kota Payakumbuh, toko ini menyediakan berbagai merek *smartphone* model terbaru. Peneliti memilih lokasi penelitian di toko ini karena Mitra *Cell* mampu bersaing dengan bisnis lainnya, dan jenis produk yang ditawarkan bervariasi serta toko ini juga menjual produk original sehingga menjaga kepercayaan konsumen.

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan, yakni Oktober 2021 sampai Maret 2022 sebagai berikut:

Tabel 1
Jadwal Kegiatan Penelitian

