

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Timoritel Ponorogo bergerak di bidang penjualan aksesoris dan sparepart untuk smartphone secara grosir, ecer maupun online. Kami menghadirkan official store di sejumlah *marketplace* (lazada, shopee, tokopedia). Timoritel Ponorogo menghadirkan berbagai kategori produk aksesoris, sparepart dan juga alat service handphone dengan fungsi dan desain yang terus mengikuti tren teknologi dan kebutuhan masyarakat modern. Produk aksesoris yang tersedia berupa *travel charger*, power bank portabel, kabel data, headset, perangkat *bluetooth*, sistem audio portabel, dan masih banyak lagi aksesoris untuk handphone. Adapun sparepart yang tersedia yaitu lcd, *tousscreen*, *flexible*, *buzzer*, *speaker* dan masih banyak yang lainnya. Dalam mengejar keunggulan, menghadirkan setiap produknya dengan kombinasi seni, desain, dan kualitas yang sempurna. Setiap produk dirancang lebih dari sekadar tampilan yang menarik, tetapi juga kombinasi dari estetika dan kemudahan penggunaan.

Masuk ke pasar aksesoris dan sparepart smartphone di Ponorogo dengan banyak pesaingannya bukan perkara mudah. Meski persaingan di Ponorogo sudah sangat ketat, namun kami melihat adanya peluang untuk ikut bersaing. Peluang tersebut adalah menghadirkan produk yang inovatif, dengan identitas desain yang memberikan kesan bahwa produk kami adalah produk premium. Timoritel Ponorogo memanfaatkan teknologi internet semaksimal mungkin untuk memasarkan produk. Kami memasarkan produk melalui website resmi dan juga

melalui *marketplace* online besar yang ada di Indonesia. Timoritel Ponorogo juga aktif di media sosial seperti Facebook, Instagram dan juga Tiktok. Selain itu kami juga memberikan garansi untuk kualitas semua produk yang kami hadirkan. Serta kami terus berusaha untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan.

Dengan produk yang berkualitas dan inovatif maka akan menaikkan nilai dari produk kami. Dan juga produk yang kita jual telah melalui tahapan *Quality Control* yang ketat. Kami ingin memastikan bahwa setiap produk memiliki kualitas yang bagus dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Persaingan bisnis di era globalisasi ini terlihat semakin ketat. Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis, konsumen atau pembeli pun semakin cermat dalam memilih produk. Artinya kini perusahaan diharuskan untuk menciptakan inovasi-inovasi baru secara kreatif dalam menjual suatu produk atau jasa agar perusahaan tersebut mampu bertahan. Ada banyak strategi yang bisa dilakukan suatu perusahaan untuk bisa tetap bertahan dalam persaingan bisnis ini, misalnya dengan strategi kelengkapan produk dan meningkatkan kualitas dari produk dan juga meningkatkan kualitas pelayanannya.

Timoritel Ponorogo dituntut untuk menerapkan dan menetapkan strategi yang tepat dan mampu menciptakan kelebihan yang kompetitif dibandingkan pesaing untuk mencapai tujuan perusahaan. Mempertahankan kualitas dan bahkan menumbuhkan permintaan baru tentu bukan perkara mudah bagi para pebisnis. Hal ini menuntut perusahaan untuk dapat menerapkan strategi bagaimana membuat perusahaan menarik minat beli konsumen agar menciptakan suasana kemistri dan dapat mempengaruhi konsumen untuk selalu membeli

barang di perusahaan. Ketertarikan konsumen untuk membeli produk, maka perusahaan akan diuntungkan dengan adanya interaksi pembelian dari konsumen itu sendiri. Dengan adanya kelengkapan produk yang dijual akan membuat konsumen terkesan dan termotivasi untuk melakukan pembelian.

Kelengkapan Produk mempengaruhi minat konsumen untuk membeli, yang akan menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian. Kondisi ini terjadi disebabkan oleh adanya berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sehingga konsumen membatalkan pembelian atau memilih membeli di tempat lain. *Mix et al.*, 2013 menemukan bahwa urutan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen salah satunya adalah kelengkapan produk. Konsumen membeli karena produk yang telah tersedia. Karena tidak sedikit konsumen yang kecewa karena barang yang diinginkan oleh konsumen tidak tersedia. Pengetahuan konsumen tentang produk juga diperlukan sebagai dasar suksesnya suatu produk.

Herlina dalam penelitiannya dengan judul analisis pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian serta dampak pada kepuasan konsumen, tahun 2018 dengan tujuan untuk menguji perilaku konsumen terhadap produk dan harga yang ditawarkan oleh minimarket /indomart atau pasar swalayan. Hasil uji pre-test menunjukkan hasil hipotesa untuk variabel dari hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sedangkan untuk kelengkapan produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Indomart Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lengkap produk yang ditawarkan oleh indomart tersebut maka semakin

tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dan akan semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk membeli (Zamrodah, 2016).

Bukan hanya kelengkapan produk, kualitas suatu produk juga penting agar proses bisnis dapat meningkat. Perusahaan atau organisasi yang menjadikan kualitas produk mereka sebagai instrumen penting akan menikmati keunggulan atas pesaing mereka dalam mengendalikan pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai popularitas. Artinya suatu perusahaan akan mampu bertahan di tengah persaingan bisnis ini apabila perusahaan tersebut selalu melakukan evaluasi terhadap kualitas produk yang diproduksinya kemudian meningkatkan kualitas dari produk tersebut. Jika kualitas dari suatu produk itu baik dan memenuhi dari kebutuhan atau harapan yang diinginkan oleh pembeli, maka pembeli tidak akan peduli dengan harga yang diberikan atau merasa tidak akan menyesal dengan pengorbanan yang sudah diberikan untuk membeli produk tersebut (Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (n.d.).

Setiap industri yang menciptakan produk harus memiliki kualitas produk dengan menggunakan inovasi-inovasi yang sesuai dengan perkembangan zaman, Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk terhadap fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut lainnya. Menurut Garvin yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2012), mengemukakan delapan dimensi kualitas produk yaitu: kinerja, keterandalan, fitur, daya tahan, kesesuaian, kemampuan diperbaiki, keindahan tampilan produk, kualitas yang dirasakan. Setiap produk yang diciptakan oleh sebuah industri pasti mempunyai merek yang diciptakan juga oleh industri tersebut. Selain kualitas produk yang harus ditingkatkan desain juga mempunyai

peran yang penting dalam keputusan pembelian konsumen, desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen.

Pada era globalisasi, produk atau jasa yang bersaing dalam satu pasar semakin banyak dan beragam akibat keterbukaan pasar. Hal ini juga mengharuskan setiap perusahaan menyusun kembali strategi. Persaingan antar produsen untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada pelanggan secara maksimal, karena pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas pada konsumen. Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Zakaria, 2017).

Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat

yang sama. Perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek penting dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan.

Arifin (2017) dalam penelitiannya memiliki hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Amrullah (2016) menemukan hubungan yang positif dan signifikan secara parsial antara variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Keputusan Pembelian yang mengandung makna bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka konsumen cenderung untuk melakukan pembelian di perusahaan tersebut.

Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (feed back) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai kontrol dan ukuran keberhasilan. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas,

dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Ketersediaan barang dalam suatu distribusi meliputi variasi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, dari suatu produk yang akan dibeli. Bagi sebuah pasar kelengkapan barang dagangan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Kelengkapan produk dalam jumlah banyak yang dijual pada suatu toko, akan menarik perhatian masyarakat atau konsumen untuk melakukan pembelian. Ketika suatu produk yang dibutuhkan konsumen tidak tersedia, maka kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian juga kecil. Kelengkapan produk yang tersedia di Timoritel Ponorogo bisa dikatakan lengkap. Jadi tidak heran jika setiap hari konsumen selalu datang dan berbelanja di timoritel ponorogo.

Berdasarkan uraian diatas tentang pentingnya pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk, maka penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Timoritel Ponorogo”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo ?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo ?
4. Apakah kelengkapan produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bertujuan untuk :

- 1) Mengetahui kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo
- 2) Mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo
- 3) Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Timoritel Ponorogo
- 4) Mengetahui pengaruh kelengkapan produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada di Timoritel Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

1) Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengimplementasikan materi yang sudah diperoleh penulis selama masa perkuliahan.

2) Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajemen perusahaan di Timoritel cabang Ponorogo dalam rangka meningkatkan keputusan pembelian konsumen melalui harga produk, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selain itu, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan terkait dengan strategi pemasaran.

3) Bagi Perkembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

