BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tercapai. Pada dasarnya, semakin banyak pesaing, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya.

Pada era modernisasi sekarang ini, persaingan dalam dunia usaha sangatlah ketat. Banyak bermunculan usaha-usaha baru baik itu usaha dalam bidang jasa maupun bidang produksi. Dalam menghadapi hal yang seperti ini para pengusaha harus terus meningkatkan kualitas produk atau jasanya, agar dapat bersaing dan dapat memiliki produk atau jasa yang bermutu. Persaingan bisnis jasa pengelasan di desa Sukowiyono sangatlah ketat. Karena bisnis di bidang ini menjanjikan keuntungan yang maksimal. Oleh karena itu, banyak di temui bisnis di bidang pengelasan berkembang pesat. Di Desa Sukowiyono banyak yang membuka usaha di bidang pengelasan ini. Tetapi pengerjaan usaha di bidang ini membutuhkan

pengalaman, keterampilan, ketelitian dan harus sangat berhati-hati bagi para pekerja untuk melaksanakan proses pengelasan. Di samping itu pekerja juga harus memperhatikan keselamatan dirinya karena berkaitan dengan pembakaran besi dengan api.

Persaingan usaha yang ketat menyebabkan pengusaha semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Maka dari itu lebih baik pengusaha mempertahankan dan memuaskan pelanggan yang sudah ada. Jadi pengusaha tidak hanya merancang strategi menambah pelanggan baru dan melakukan transaksi dengan mereka.[1] Dengan adanya persaingan maka harus menggunakan persaingan yang sehat dan adil yang dapat membantu meningkatkan kualitas suatu produk barang dan atau jasa yang dihasilkan oleh pelaku usaha, dengan harga yang terjangkau oleh konsumen namun demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa berbagai usaha yang jujur ada juga persaingan yang tidak sehat.[2]

Industri logam merupakan suatu usaha yang bergerak di bidang produksi barang. Usaha ini memiliki berbagai macam produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan pesanan dari konsumen atau pelanggan. Semua usaha pasti mengharapkan profit atau keuntungan dari usaha yang dijalankan. Tetapi dengan

---

[1] Marisi Butarbutar, dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), hlm. 133

[2] Asmah, *Hukum Persaingan Usaha*, (Makassar: CV. Social Politic Genius, 2017), hlm. 42

banyaknya persaingan para pengusaha industri ini juga menawarkan harga yang rendah dengan kualitas yang baik guna untuk menarik para konsumen. Usaha bengkel las memprioritaskan produksinya sesuai dengan pesanan konsumen atau pelanggan.

Transaksi yang terjadi pasti mengaharapkan keuntungan karena memang pada dasarnya tujuan dari berbisnis ialah mendapatkan profit atau keuntungan. Keuntungan yang diperoleh berdasarkan pada apa yang menjadi objek penjualan yakni produk. Pada umumnya, pelanggan menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih mudah, dan lebih baik. Ada tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, dimensi biaya, dan dimensi kualitas. Karakteristik lebih cepat biasanya berkaitan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk itu. Karakteristik lebih murah biasanya berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan. [3]

Definisi harga menurut Philip Kotler adalah "*Price is the amount of money charged for a product or sevice*". Harga adalah sejumlah uang yang mempunyai nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

---

[3] Susatyo Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014), hlm. 47

Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel dimana suatu harga akan stabil dalam jangka waktu tertentu tetapi dalam seketika harga dapat meningkat atau menurun yang terdapat pada pendapatan dari hasil penjualan.[4]

Pelaku usaha tentunya menyadari bahwa keputusan pembelian pasti di dasari pada konsumen yang memperhatikan harga dan berapa harga aktual saat ini. pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga di mana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima, dan juga batas atas harga dimana harga yang lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan.[5]

Ibnu Taimiyah mengenai ketentuan harga ada dua hal yang sering dibahasnya, yaitu kompensasi yang setara/ adil (*'iwad al-mitsl*) dan harga yang setara/ adil (*thaman al mits*). Kompensasi yang adil adalah penggantian sepadan yang merupakan nilai harga yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, di sinilah esensi keadilan. Harga yang adil adalah nilai harga di mana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan

---

[4] Tati Handayani Dan Muhammad Anwar Fathoni, *Manajemen Pemasaran Islam*, (Sleman: CV Budi Utama, 2019), hlm. 115

[5] Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 72

barang yang dijual itu atau pun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu tertentu.[6]

Keberhasilan usaha industri ini tentunya juga dipengaruhi dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik membuat para pelanggan tetap kembali untuk memesan produk bengkel yang tersedia. Apabila bengkel las mampu memberikan kualitas pelayanan dengan mutu terjamin, permintaan pasar dan produktivitas akan naik. Hal tersebut akan memberi keuntunggan bagi pelaku usaha. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian juga nilai yang dirasakan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang dirasakan. Oleh karena itu, nilai yang dirasakan pelanggan akan timbul apabila pelanggan merasakan kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh penyedia layanan.[7] Para pengusaha harus memiliki perencanaan tujuan yang matang agar dapat menarik pelanggan dan dapat mempertahankan posisi usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup dengan berbagai pengembangan ide-ide yang bervariatif dengan jaminan kualitasnya yang membuat harapan terdapat minat para pelanggannya. Kualitas pelayanan yang dimiliki

---

[6] Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, *Islamic Business Management Praktek Management Bisnis yang sesuai Syariah Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2014), hlm. 229

[7] Adriza, *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi Yang Berbasis Vokasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2015), hlm.58

oleh pengusaha berperan penting dengan keputusan pembelian. Pelanggan juga mengambil keputusan pembelian dengan membandingkan kualitas pelayanan dengan pengusaha yang lainnya dengan harapan mendapatkan produk yang berkualitas.

Kualitas pelayanan merupakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.[8] kualitas pelayanan sangat tergantung dari kemampuan pegawai dalam meberikan pelayanan, hal ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan meliputi pegawai yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Hubungan internal antara pegawai dengan konsumen akan memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap persepsi kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pegawai sangat mempengaruhi terhadap persepsi konsumen dalam menilai kualitas pelayanan.[9] Sebelum konsumen membeli suatu jasa, konsumen memiliki harapan tentang kualitas jasa yang didasarkan pada kebutuhan-kebutuhan pribadi, pengalaman sebelumnya, rekomendasi dari mulut ke mulut, dan iklan penyedia jasa. Setelah membeli dan menggunakan jasa tersebut, konsumen membandingkan kualitas yang diharapkan dengan apa yang benar-benar diterima.[10] Semakin baik

---

[8] Laksana Fajar, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu, 2008), hlm. 88

[9] I*bid*, hlm. 95

[10] Christoper Lovelock dan Lauren K Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: PT. Indeks Indonesia, 2007), hlm. 96

pelayanannya, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

Industri logam yang sukses adalah industri yang mempunyai daya saing. Dalam memenangkan suatu persaingan tersebut industri harus memberikan nilai yang cukup baik dan kepuasan kepada konsumennya melalui pelayanan yang berkualitas. Keunggulan bengkel sangat ditentukan oleh kualitas pelayanan yang diberikan, hal ini dapat diidentifikasi melalui kepuasan konsumen.

Selain itu kualitas produk juga harus diutamakan. Selain mempunyai citra merek maka suatu perusahaan harus memiliki kualitas produk yang baik juga. Produk yang baik maka para konsumen akan memesan lagi dan lagi karena puas dengan produk tersebut. Persaingan berdampak pada penciptaan produk baru sebagai tindakan penguasaan pasar dan mempertahankan eksistensi perusahaan. Perusahaan membuat variasi penawaran produk untuk tujuan yang menguntungkan. Perusahaan dapat menarik konsumen dengan memberikan penawaran produk yang berkualitas sebagai pilihan bagi konsumen.

Banyaknya pengusaha industri di Desa Sukowiyono, membuat para pengusaha dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga pengusaha yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-

usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.[11] Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan.

Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut. Sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualannya, kualitas pelayanannya dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya. Untuk melakukan pembelian berdasarkan

[11] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hlm. 56.

kebutuhan dan keinginan dengan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen saat melakukan proses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.[12]

Usaha industri ini sangat mengalami perkembangan dan memiliki kemajuan yang signifikan. Hal ini dapat di lihat bahwa pemilik usaha bengkel las di desa Sukowiyono dari tahun ke tahun bertambah pesat, yang dulunya hanya menjadi karyawan di suatu bengkel sekarang bahkan membuka usaha sendiri. Salah satunya yaitu industri logam harmonika style. Pemilik industri harmonika style dulunya hanya menjadi karyawan namun sekarang sudah membuka usaha sendiri dan mempunyai karyawan sehingga masyarakat di Desa Sukowiyono yang sebelumnya tidak mempunyai pekerjaan sekarang bisa bekerja dan mengurangi angka pengangguran. Industri harmonika style mengalami perkembangan yang sangat pesat di tahun ini. industri harmonika style juga sudah terkenal sehingga banyak konsumen dari luar kota yang mempercayai industri tersebut. Bahkan setiap hari ada pesanan yang masuk. Selain menerima pemesanan offline industri harmonika style juga menerima pemesanan melalui online. Konsumen yang memesan melalui online biasanya direkomendasikan oleh teman

[12] *Ibid*, hlm. 251.

atau kerabat yang pernah memesan di harmonika style ini. Hal yang menarik dari bengkel las harmonika style ini dapat menerima atau membuatkan segala macam apa yang konsumen butuhkan dengan harga yang terjamin dan berkualitas baik juga. Industri harmonika style menawarkan berbagai produk seperti teralis, kanopi, pagar, pembuatan ayunan, mainan anak dan lainnya. Selain itu bengkel las juga menerima pesanan sesuai kebutuhan masyarakat tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti merasa tertarik untuk meneliti lebih jauh dengan judul **"Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Industri Logam Harmonika Style Desa Sukowiyono Kecamatan Karangrejo Kabupaten Tulungagung)."**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang diteliti sebagai berikut:

1. Harga dibutuhkan untuk mengetahui hal apa yang mendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk.
2. Kualitas Pelayanan dibutuhkan untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap penjual dengan menyampaikan informasi informasi secara baik dan benar.

3. Kualitas Produk diperlukan untuk mengetahui penilaian konsumen tentang produk sebagai pertimbangan dalam melakukan pembelian produk.
4. Keputusan Pembelian membutuhkan harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk untuk usaha pemasaran yang lebih keras untuk selalu memuaskan pelanggan sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan maupun mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk di bengkel las harmonikastyle

C. Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonikastyle di Desa Sukowiyono?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonika style di Desa Sukowiyono?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonika style di Desa Sukowiyono?
4. Apakah harga, kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonika style di Desa Sukowiyono?

D. Tujuan Penelitian

Bahwasanya tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonikastyle di Desa Sukowiyono
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonikastyle di Desa Sukowiyono
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonikastyle di Desa Sukowiyono
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada industri bengkel las harmonikastyle di Desa Sukowiyono

E. Kegunaan Penelitian

Terdapat beberapa manfaat dari penelitian ini yang meliputi, manfaat yang bersifat teoritis dan manfaat yang bersifat praktis, manfaat tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

   Hasil dari penelitian ini secara teoritis diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah wawasan, memberikan masukan

dalam mengembangkan usahanya dan membantu mengembangkan strategi menghadapi persaingan. Penelitian ini juga dapat dijadikan informasi tambahan kepada konsumen dalam mempelajari keputusan pembelian.

2. Secara Praktis

   a. Bagi Akademisi

      Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi dan informasi tambahan bagi peneliti lain yang berminat dalam melakukan penelitian dibidang pemasaran bisnis dalam menarik para pelanggannya.

   b. Bagi Perusahaan

      Hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang diteliti dalam rangka mengetahui dan mengembangkan efektivitas dalam peningkatan volume penjualan. Hasil penelitian ini juga bisa digunakan sebagai rujukan dalam menghadapi persaingan usaha pada masa sekarang maupun masa yang akan datang.

   c. Bagi Peneliti Selanjutnya

      Hasil penelitian ini bisa dijadikan pengembangan terhadap persaingan usaha terhadap peningkatan volume penjualan dan dapat dijadikan referensi ataupun sumber acuan dalam penelitian selanjutnya dengan tema yang sama.

F. Penegasan Istilah

1. Penegasan Konseptual

   a. Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.[13]

   b. Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung kepada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.[14]

   c. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.

   d. Keputusan pembelian adalah sebuah proses yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum

---

[13] Tengku Firli Musfar, Manajemen Pemasaran, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 75

[14] Farid Firmansyah dan Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan*, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2019), hlm. 11

pembelian, pembelian, konsumsi, dan evaluasi alternatif sesudah pembelian.[15]

2. Penegasan Operasional

Secara operasional penelitian ini menggali secara mendalam mengenai keputusan pembelian yang didasarkan dengan harga, kualitas pelayanan, citra merek dan kualitas produk pada industri bengkel las di Desa Sukowiyono. Secara operasional yang dimaksud dengan pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk merupakan strategi dalam kegiatan bisnis dalam penjualan produk. Bahwa dalam proses penjualan sangat mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen. Sehingga perusahaan sebaiknya tetap mepertahankan hal tersebut. Supaya para konsumen tidak kecewa akan suatu produk yang pernah dia beli.

G. Sistematika Skripsi

Mengarahkan dalam penulisan skripsi ini untuk lebih sistematis dan sesuai dengan pokok permasalahan, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami kandungan dari penulisan skripsi ini, penulis membagi dalam enam bab yang masing-masing bab terdiri dari sub bab dengan sistematika sebagai berikut:

[15] Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), hlm. 25

1. Bagian Awal

   Pada bagian awal terdiri dari Halaman Sampul Depan, Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Halaman Pengesahan, Motto, Halaman Persembahan, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

2. Bagian Utama

   Bagian ini terdiri dari enam bab yaitu:

   BAB I Pendahuluan

   Pada bab ini memuat latar belakang untuk memberi penjelasan dari pembahasan yang diteliti. Berfungsi untuk mengarahkan penulis agar tidak melebar dan untuk memperjelaskan penulis memaparkan tujuan dan kegunaan penulisan, dilanjutkan penegasan judul yang sengaja ditampilkan untuk menghindari kerancuan pemahaman dari perebedaan cara pandang terhadap istilah-istilah dalam judul skripsi. Sistematika penulisan ditampilkan guna memudahkan pembaca melihat sudut pandang penulis dan memudahkan membaca isi tulisan

   BAB II Kajian Pustaka

   Menerangkan teori-teori yang membahas mengenai semua hubungan dari judul skripsi. Dilanjutkan terdapat penelitian terdahulu mengenai hal yang

sama atau yang menyangkut tentang penelitian yang sedang diteliti, dan pada intinya memuat kerangka berfikir atau kerangka konseptual.

BAB III Metodologi Penelitian

Menjelaskan pengamatan yang terdiri dari rancangan penelitian, kehadiran peneliti, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian

Terdiri dari deskripsi data, temuan data, analisis data.

BAB V Pembahasan

Menjelaskan pembahasan dari hasil penelitian mengenai keterkaitan antara teori dan data hasil penelitian yang telah diperoleh. Sehingga kejelasan akan terlihat dalam pembahasan ini.

BAB VI Penutup

Terdiri dari kesimpulan dari hasil pembahasan dan rekomendasi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan. Kemudian dilengkapi dengan daftar pustaka.

3. Bagian Akhir

   Dibagian ini terdiri dari beberapa sub bab yaitu Daftar Pustaka, Lampiran, Surat Pernyataan Keaslian dan Daftar Riwayat Hidup Peneliti.