

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lingkungan bisnis yang global seperti yang sekarang ini, setiap perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dalam meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan suatu unsur penting dalam suatu perusahaan atau badan usaha yang bergerak dalam bidang perdagangan. Dengan adanya penjualan perusahaan berharap mendapatkan keuntungan agar dapat melanjutkan usaha perusahaan tersebut. Dalam melaksanakan kegiatan penjualan khususnya pemasaran, produsen harus mengetahui dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk yang ditawarkan akan sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk yang berkualitas, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar terhadap keputusan pembelian semakin besar, sehingga konsumen merasa puas terhadap produk tersebut.

Dalam dunia usaha di era MEA, konsumen menjadi faktor kunci penentu atas keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan didalam memasarkan produknya “Proses keputusan pembeli dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian” (Kotler & Armstrong, 2008:179). Ada dua faktor yang mempengaruhi maksud pembelian dan keputusan pembelian, “faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor kedua adalah situasi yang tidak terantisipasi yang dapat muncul dan mengubah niat pembelinya”(Kotler & Armstrong ,2008:181).

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri liner motor. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat konsumen dalam membeli kendaraan bermotor pada tiap individu dalam masyarakat berkembang

pesat, ditandai dengan banyaknya perusahaan yang menjual berbagai macam kendaraan bermotor beserta linernya. Dari tahun ke tahun, proses kepemilikan sepeda motor makin mudah dengan syarat yang semakin ringan. Banyak masyarakat menggunakan sepeda motor untuk kebutuhan sehari-hari, menempuh jarak jauh dari rumah di pinggiran kota menuju sentra bisnis di pusat kota. Penggunaan dengan jam tinggi ini membutuhkan perawatan khusus. Termasuk membutuhkan liner secara berkala demi performa mesin yang sempurna. Liner merupakan tempat naik turunnya sebuah piston yang posisinya ada didalam blok piston. Fungsi dari liner sendiri adalah untuk melindungi bagian dalam piston dari gesekan ring piston.

Agar perusahaan bisa menciptakan suatu keputusan pembelian oleh konsumen maka hendaknya perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan, selain itu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis. Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan *smart* dalam memilih produk, bahkan terkadang mereka tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih agar mendapatkan produk yang berkualitas. Dengan perkembangan ekonomi dan teknologi yang pesat, maka tuntutan konsumen akan suatu produk semakin meningkat. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga

konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

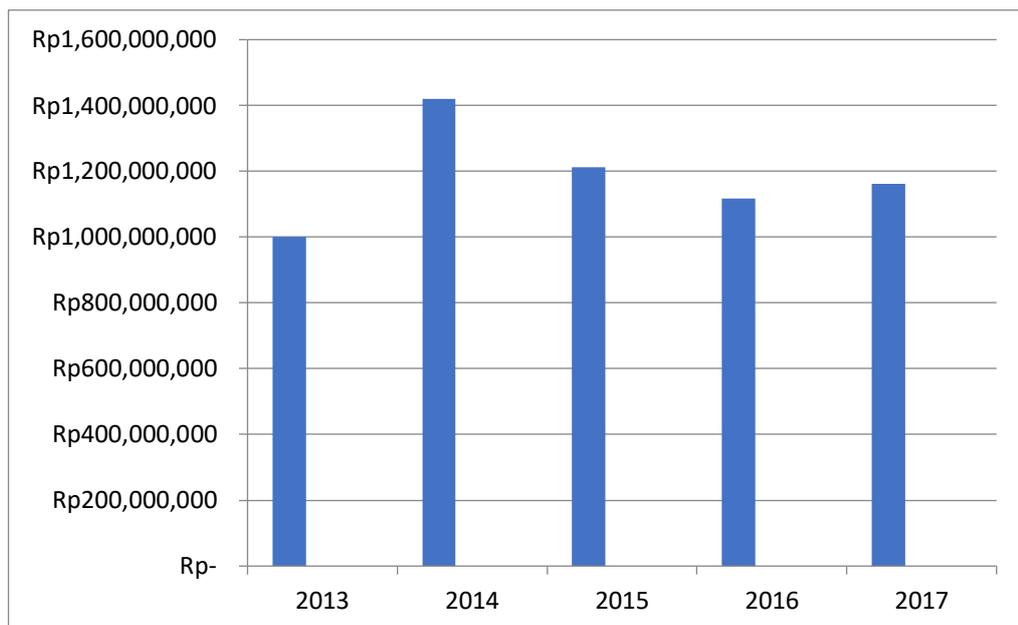
Salah satu unsur bauran komunikasi pemasaran adalah *Personal selling*. *Personal selling* merupakan alat promosi yang sifatnya secara lisan, baik kepada seseorang maupun calon pembeli dengan maksud untuk menciptakan terjadinya transaksi pembelian yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, dengan menggunakan manusia sebagai alat promosinya. Komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak bersifat interaktif atau komunikasi dua arah sehingga penjual dapat langsung memperoleh tanggapan sebagai umpan balik tentang keinginan dan pendapat konsumen. Penyampaian berita atau proses komunikasi dapat dilakukan dengan sangat fleksibel karena dapat disesuaikan dengan situasi yang ada.

Selain kualitas produk, Peranan *personal selling* sangat dibutuhkan untuk mencapai sasaran yang diinginkan karena komunikasi pemasaran merupakan usaha untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada publik terutama konsumen, sasaran mengenai keberadaan suatu produk. “*Personalselling* berfungsi sebagai *prospeccring, targeting, communicating, selling, servicing, information gathering, dan allocating*” (Fandy Tjiptono, 2008:224). Perusahaan dapat menilai dan mengevaluasi sejauh mana konsumen mengenal dan mengetahui produk melalui pesan komunikasi yang disampaikan oleh kegiatan *personal selling*. Walaupun kuno, *personal selling* adalah alat yang paling efektif dalam proses menghasilkan proses pembelian terutama dalam preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian.

PT Latu Murni Perwakilan Surabaya adalah perusahaan yang menjual liner motor yang ada di Surabaya, Penjualan liner motor dilakukan dengan cara eceran dan grosir. Melihat banyaknya pesaing dalam penjualan liner motor, Saat ini PT Latu Murni Perwakilan Surabaya terus mengembangkan kualitas produknya agar menjadi yang terbaik dibandingkan para pesaingnya. Dengan kualitas produk yang bagus akan menarik minat konsumen untuk membeli produk liner motor pada

PT Latu Murni Perwakilan Surabaya. Untuk lebih jelasnya lagi kita dapat melihat tingkat penjualan liner motor pada PT Latu Murni Perwakilan Surabaya selama lima tahun terakhir (dari tahun 2013 hingga tahun 2017), dapat dilihat dari grafik berikut ini:

Gambar 1.1 Tingkat Penjualan Liner motor



Sumber: PT Latu Murni Perwakilan Surabaya

Bedasarkan grafik diatas terlihat bahwa perkembangan penjualan liner motor mengalami fluktuasi jumlah penjualan atau naik turun. Dapat dilihat dari tahun 2014 dimana tingkat penjualan sangat tinggi dibandingkan tahun 2013, sedangkan tingkat penjualan paling rendah terjadi pada tahun 2013.

Dengan terjadinya penurunan penjualan maka, PT Latu Murni Perwakilan Surabaya menerapkan sistem *personal selling* karena tidak beriklan melalui media iklan cetak maupun elektronik. Kegiatan *personal selling* di PT Latu Murni Perwakilan Surabaya ditunjukkan untuk memberikan informasi tentang suatu produk, memperkenalkan, mempengaruhi, dan membujuk konsumen untuk melakukan suatu pembelian. Hal tersebut mendorong perusahaan agar lebih profesional untuk mampu bersaing dalam mendapatkan konsumen. Oleh karena itu diperlukan strategi yang jitu untuk

bersaing mendapatkan konsumen, diantaranya yaitu dengan memberikan kualitas produk yang bagus dan adanya kegiatan promosi dengan cara *personal selling*.

Bedasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dan kajian lebih mendalam yang kemudian dapat digunakan untuk menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi. Dalam penelitian ini ditekankan pada adanya keterkaitan antara kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul “**ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LINER MOTOR**”.

1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

banyaknya produsen liner motor yang ditawarkan kepada konsumen. liner merupakan salah satu bagian dari kendaraan bermotor diantaranya yaitu sepeda motor. Pentingnya kualitas produk dan *personal selling* untuk mempengaruhi keputusan pembeli terhadap liner motor. Sehingga berdasarkan uraian diatas, maka permasalahannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada liner motor secara parsial ?
- b. Apakah terdapat pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada liner motor secara parsial ?
- c. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada liner motor secara simultan ?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, membatasi diri hanya berkaitan dengan kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian liner motor pada

PT Latu Murni Perwakilan Surabaya. Keputusan pembelian dipilih karena peningkatan volume penjualan bergantung pada keputusan konsumen dalam membeli liner motor.

1.4 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada liner motor.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada liner motor.
- c. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada liner motor.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini ada sebagai berikut:

- a. Bagi akademisi
Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai kualitas produk, *personal selling* dan keputusan pembelian.
- b. Bagi perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk.
- c. Bagi peneliti
Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan startegi dibidang pemasaran untuk mengembangkan usaha bisnis mereka, dan diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Langkah-langkah penulisan yang terdapat dalam tugas akhir ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Terdapat rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Terdapat Batasan masalah agar penelitian yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Adapun tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini serta metode yang dilakukan dalam penulisan tugas akhir ini, dan yang terakhir dalam bab ini adalah sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi mengenai teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang menjadi landasan berpikir. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan, serta pengolahan data hingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang.