

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagaimana yang kita ketahui, persaingan bisnis antara perusahaan sangat ketat baik perusahaan yang bergerak dibidang industri maupun jasa, perusahaan yang ingin tetap unggul harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang lebih murah, pelayanan yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik. Hal ini disebabkan oleh adanya persaingan yang semakin kompetitif dengan perusahaan pesaing lainnya.

Borobudur Natural Herbal Industry merupakan industri obat tradisional terbesar di Indonesia beralamat di Semarang yang telah memproduksi berbagai jenis produk obat tradisional. Borobudur Natural Herbal Industry menggunakan mesin berteknologi tinggi dan telah bersertifikat CPOTB, ISO 9001:2008 dan HALAL. Produk Borobudur Natural Herbal Industry memiliki kualitas yang terjaga dengan baik dan telah diekspor ke berbagai negara seperti Malaysia, Singapura, Hongkong, Rusia, Filipina, dan Jerman.

Setiap perusahaan selalu membangun kepercayaan dan kerja sama yang baik terhadap pelanggan serta komitmen terhadap pelanggan atas produk yang dijual dengan harga yang terjangkau. Namun, seiring berkembangnya zaman ke arah modernisasi yang global penikmat jamu sedikit menurun yang dapat dilihat pada tabel 1.1 hasil penjualan bulanan PT Industri Jamu Borobudur.

Tabel 1.1 Data Penjualan PT Industri Jamu Borobudur

No	Bulan / Tahun	Persentase Penjualan	Target Penjualan
1	Juli 2018	81%	95%
2	Agustus 2018	78%	95%

3	September 2018	77%	95%
4	Oktober 2018	71%	95%
5	November 2018	66%	95%
6	Desember 2018	61%	95%

Sumber: PT. Industri Jamu Borobudur

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:157) “*Customer buyer behavior refers to the buying behavior of final consumer individuals and households that buy goods and services for personal consumption*” yang artinya perilaku keputusan pembelian mengacu pada perilaku pembelian akhir dari konsumen, baik individual, maupun rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.

Oleh karena itu, kunci utama mempertahankan sebuah keputusan pembelian salah satu faktornya adalah kepercayaan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016:225) kepercayaan pelanggan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Kepercayaan bergantung kepada sejumlah faktor internal dan antar organisasi seperti kompetensi perusahaan, integritas, kejujuran, dan kebaikan. PT Industri Jamu Borobudur harus terus memperbaiki segala system yang ada agar kepercayaan pelanggan tumbuh guna meningkatkan keputusan pelanggan untuk menggunakan produk PT Industri Jamu Borobudur. Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Ismail Hidayat (2017) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Fasochah (2013) mengatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kepercayaan pelanggan, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah komitmen pelanggan. Menurut Riskiyati (2012:242) komitmen pelanggan merupakan modal yang amat penting dalam membangun

hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan, komitmen dalam konsep *long term relationship* memegang peranan sangat penting karena pengaruh jangka panjang paling banyak didasarkan pada komitmen kedua belah pihak. Dengan kata lain didalam komitmen terdapat suatu pengaruh yang berharga yang mampu membuat pelanggan tetap loyal dan hal tersebut perlu dipertahankan secara terus menerus dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan pengaruh ini. PT Industri Jamu Borobudur ya harus menciptakan komitmen terhadap pelanggan agar tercipta keputusan pembelian pelanggan dalam jangka waktu yang panjang. Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Arief Budiman (2012) mengatakan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kedua faktor diatas, hal yang tidak kalah penting adalah faktor harga. Daryanto (2011:57) memberikan pendapatnya tentang pengertian harga, menurutnya harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk, sedangkan Kurniawan (2014:34) memberikan penjelasan yang berbeda, menurutnya harga adalah suatu nilai tukar untuk mendapatkan barang atau jasa yang dikeluarkan oleh seseorang atau kelompok pada waktu dan tempat tertentu yang dinyatakan dalam satuan moneter. Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu dari Rahmila Chairani Puspita (2017) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Vivil Yazia (2017) mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul **“Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Industri Jamu Borobudur”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur.?
2. Apakah komitmen pelanggan memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur?
3. Apakah harga memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur?
4. Apakah kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan pelanggan memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur.
2. Untuk mengetahui apakah komitmen pelanggan memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur.

3. Untuk mengetahui apakah harga memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur.
4. Untuk mengetahui apakah kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan harga secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Industri Jamu Borobudur.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan serta faktor harga terhadap keputusan pembelian produk
2. Bagi peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
3. Bagi STIAMAK Barunawati: sebagai referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengukur tingkat keputusan pembelian pelanggan diukur menggunakan variabel kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan harga.

- b. Serta penelitian ini menggunakan sampel atau responden hanya pada pelanggan di perusahaan penulis.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB V PENUTUP

berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.