

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan yang sangat tinggi dalam bisnis lokal maupun global serta dengan kondisi perekonomian saat ini yang tidak stabil memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitifnya, hanya perusahaan yang mampu menghasilkan produk berkualitas yang dapat bersaing. Perusahaan dituntut untuk membuat produk bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan secara fungsional bagi konsumennya tapi juga dapat memenuhi kebutuhan dari segi emosional konsumen.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Dalam era perkembangan zaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis membuat manusia menuntut untuk diperhatikan lebih *customized*. Terlebih lagi dalam hal pemenuhan kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut semua hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap *survive*. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk atau jasa tersebut.

Suatu industri apabila mempunyai prospek dan rencana yang bagus akan memunculkan perusahaan-perusahaan baru dan bergerak di industri yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat di dalam industri tersebut dikarenakan semakin banyak pula perusahaan yang memperebutkan dalam pasar yang sama. Di dalam ketatnya persaingan kompetisi bisnis tersebut terutama di bidang jasa EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut) seperti PT. Aman *World Logistics* ini. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan yang bersaing melakukan berbagai

strategi dan inovasi dalam memasarkan produknya agar mampu merebut pasar dan mendominasinya sehingga menjadi *market leader* dalam industri tersebut salah satunya adalah jasa ekspor impor yang banyak dijumpai di daerah Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya.

Saat ini konsumen lebih selektif dalam membelanjakan uangnya untuk membeli produk. Produk yang memiliki kualitas baik akan dipilih konsumen. Hal ini menyebabkan perusahaan berusaha lebih keras lagi agar produknya dapat diterima oleh konsumen, oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk melalui tanggapan atau respon konsumen sehingga perusahaan mendapat keuntungan melalui kepuasan konsumen yang melebihi harapannya.

PT. Aman *World Logistics* adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Ekpedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) yang melayani kegiatan ekspor dan impor. PT. Aman *World Logistics* sudah melebarkan sayapnya didunia *forwading* sudah lebih dari 10 Tahun.

Buchari Alma (2016) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan, *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, yang pertama ada kualitas pelayanan. Hasil penelitian terdahulu dari Denny Aditya Rachman (2017) mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tjiptono (2016) mengatakan bahwa Kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan, menurut Nasution (2017) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Seperti yang kita tahu bahwa

kualitas pelayanan tiap perusahaan adalah sebuah penentu layak tidaknya suatu perusahaan dapat bersaing dalam kompetisi perdagangan, sehingga pelayanan maksimal adalah sebuah hal yang mutlak dan tidak dapat di toleransi untuk semua pelaku usaha terutama di bidang penyedia produk jasa yang dimana mereka wajib memberikan pelayanan yang maksimal tanpa kompromi untuk semua pelanggan atau *customer*.

Selain kualitas pelayanan, faktor yang tidak kalah penting yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah ketepatan waktu. Menurut Chariri dan Ghozali (2016) Tepat waktu didefinisikan sebagai suatu pemanfaatan informasi oleh pengambil keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kapasitas atau kemampuannya untuk mengambil keputusan. Informasi harus tersedia untuk pengambilan keputusan sebelum informasi tersebut kehilangan kesempatan untuk mempengaruhi pengambilan keputusan, sedangkan Menurut Mahendra Arief (2010) ketepatan waktu adalah waktu pelayanan jasa dalam memenuhi pemesanan barang dan jasa.

Selain kualitas pelayanan dan ketepatan waktu, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Hasil penelitian terdahulu dari Virginia Meryanta Panjaitan (2014) mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Daryanto (2011) 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) 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. Dapat di katakan bahwa segi harga adalah suatu hal yang vital bagi *customer* dalam memilih produk, harga yang bagus dapat cenderung menjadi prioritas bagi *customer* untuk memenuhi kebutuhannya akan barang maupun jasa. Dan bagi suatu pelaku usaha, harga merupakan suatu kebijakan yang harus di perhitungkan secara akurat agar nilai jual suatu produk dapat terus menjadi daya pikat bagi pelanggan

pengguna jasa dan menghasilkan suatu margin profit bagi perusahaan. Selain itu, penetapan tarif dilakukan agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhannya untuk mencapai visi dan misi perusahaan itu sendiri sehingga tujuan bisnis dapat tercapai sesuai harapan.

Dari uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan sebuah penelitian di PT. Aman *World Logistics*. Sehingga penulis menyusun penelitian ini dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu dan Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*”**”.

1.2 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada PT. Aman *World Logistics*;
2. Hanya menggunakan 3 variabel bebas yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga.

1.3 Rumusan Masalah

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

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*?;
2. Apakah ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*?;
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*?;
4. Apakah kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*?.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*;
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah ketepatan waktu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*;
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*;
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*.

1.5 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 Akademisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen pemasaran;
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan pemahaman tentang kualitas pelayanan, ketepatan waktu dan harga dan keputusan pembelian;
 - c. Sebagai sumbangan pemikiran yang akan berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan.
2. Bagi Praktisi
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*;
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh ketepatan waktu terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. *Aman World Logistics*;

- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa EMKL PT. Aman *World Logistics*.

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.