# BAB I

**PENDAHULUAN**

## Latar Belakang Masalah

Pada abad modern ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin maju seiring kebutuhan konsumen yang terus meningkat. Hal ini mendorong perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dan persaingan pasar semakin ketat, sehingga menuntut adanya sistem pemasaran yang semakin baik pada setiap perusahaan yang bergerak dibidang barang dan jasa Kebutuhan konsumen yang terus meningkat, menjadi peluang bisnis. Hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing meski terjadi perubahan keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu bagian dari konsumen (*consumen behavior*) yang tercipta. Keputusan pembelian konsumen adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan pembelian atau tidak.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian seperti memberikan harga yang terjangkau. Harga merupakan  
pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa.Selain itu harga salah satu faktor penting pelanggan dalam mengambil keputusan untuk melakukan transaksi atau tidak pada perusahaan. Selain itu (Kotler&Keller, 2015)berpendapat harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yangdibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata pelanggan. Pelanggan akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi),pengalaman serta pengaruh lingkungannya. Dengan demikian penilaian terhadap hargapada perusahaan ini dikatakan murah, mahal atau biasa saja, dari setiap individu tidaklahsama, karena tergantung persepsi individu yang dilatar belakangi olehlingkungankehidupan dan kondisi individu. Pelanggan dalam menilai harga suatu produk,bukanhanya dari nilai nominal secara absolut tetapi melalui persepsi pada harga.

Selain harga, faktor penting lainnya dalam usaha dagang yaitu pelayanan. Peranan pelayanan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untukmelakukan pembelian menurut (Tjiptono, 2014)kualitas pelayanan adalah tingkatkeunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untukmemenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan(*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanandipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampauiharapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yangideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yangdiharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk. Pada dasarnya, kualitaspelayanan berfokus kepada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan sertaketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Faktor penting lainnya yaitu*Word of mouth* (WOM) yang menjadi bagian penting dalam pemasaran mengingatbahwa komunikasi dalam *word of mouth* mampu mempengaruhi keputusan pembelianpelanggan. Di sisi lain, kekuatan *word of mouth* juga bertambah mengingat bahwa manusiaadalah makhluk sosial yang senang berinteraksi dan berbagi dengan sesamanya, termasukmasalah preferensi pembelian. *Word of mouth* adalah suatu sarana komunikasi pemasaranyang efektif, murah, dan kredibel (Kertajaya., 2010). Pelanggan yang paling berharga itubukanlah pelanggan yang paling banyak membeli, melainkan pelanggan yang palingbanyak beraktivitas *word of mouth* dan mampu membawa pelanggan yang lain untukmembeli di perusahaan, tanpa memperhatikan banyaknya pembelian yang pelanggantersebut lakukan sendiri.Saat ini komunikasi dari mulut ke mulutmulai menjadi salah satualat komunikasi yang banyak digunakan perusahaan, karena konsumen sering kali merasabahwa informasi yang disampaikan lebih dapat dipercaya sehingga perusahaan mulaimemberikan perhatian lebih terkait layanan kualitas maupun persepsi harga, Agarkonsumen bersedia menyampaikan WOMpositif.

Fenomena yang ada saat ini menunjukkan bahwa masih banyak yang merasa harga barang di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang terkesan mahal, hal ini menunjukkan bahwa penentuan harga barang masih belum sesuai dengan harga yang ada di pasar. Untuk mengetahui bagaimana kondisi sebenarnya mengenai hargapada UD Harapan Tani maka peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat sebanyak 35 orang sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Hasil Data Prasurvey Mengenai Harga Pada UD Harapan Tani**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **IndikatorHarga** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Harga produk yang ada di UD Harapan Tani sangat terjangkau | 16 | 45,71 | 19 | 54,29 |
| 2 | Harga dengan kualitas produk yang ada di UD Harapan Tani sangat sesuai | 3 | 8,57 | 32 | 91,43 |
| 3 | Harga produk yang ada di UD Harapan Tani jauh lebih murah dari pada tempat lain | 12 | 34,29 | 23 | 65,71 |
| 4 | Harga produk sangat sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen | 7 | 20 | 28 | 80 |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuisioner,2023.

1. Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa hargapada UD Harapan Tani masih ada yang belum terjangkau masyarakat. Hal ini dapat terlihat pada hasil pra *survey* yang dilakukan oleh peneliti adalah lebih banyak yang tidak setuju dengan kesesuaian harga produk yang adapada UD Harapan Tani. Seperti pernyataan harga produk yang ada di UD Harapan Tani sangat terjangkau sebanyak 54,29% masyarakat yang tidak setuju, dan sebanyak 91,43% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan hargadengan kualitas produk yang ada di UD Harapan Tani sangat sesuai. Hal ini yang menunjukkan bahwa harga produk yang ada pada UD Harapan Tani belum seluruhnya terjangkau oleh masyarakat.

Selanjutnya pelayanan menjadi suatu hal yang penting dalam pemasaran produk. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Pelayanan adalah seberapa jauh antara kenyataan dan keinginan pelanggan atas langganan yang mereka terima atau peroleh. Pelayanan selalu menjadi ukuran perbandingan utama dalam seleksi suatu pemberian barang atau jasa terhadap suatu proses keputusan pembeliandalam membeli suatu produk. Ukuran pelayanan yang baik akan membentuk pelanggan yang nyaman dalam menggunakan dan membeli produk dari suatu perusahaan.

Selain itu berkaitan dengan pelayanan yang ada pada UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang maka peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat sebanyak 35 orang sebagai berikut :

**Tabel 1.2**

**Hasil Data Prasurvey MengenaiPelayananPada UD Harapan Tani**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **IndikatorPelayanan** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Pelayan di UD Harapan berpenampilan rapi, bersih, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja seragam yang sesuai. | 12 | 34,29 | 23 | 65,71 |
| 2 | Pelayandi UD Harapan memahami dengan baik setiap keinginan dan kebutuhan pembeli | 4 | 11,43 | 31 | 88,57 |
| 3 | Pelayandi UD Harapan selalu siap dan cepat dalam menanggapi setiap keluhan pembeli | 2 | 5,71 | 33 | 94,29 |
| 4 | Pelayandi UD Harapan melayani pembeli dengan cepat dantepat sesuai dengan keinginan | 3 | 8,57 | 32 | 91,43 |
| 5 | Pelayandi UD Harapan Tanimemiliki pengetahuan yang baik serta sopan dalam menjawab pertanyaan pembeli | 7 | 20 | 28 | 80 |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuisioner,2023.

1. Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pelayanan yang ada pada UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang masih belum sesuai harapan pembeli. Hal ini dapat terlihat pada hasil pra *survey* yang dilakukan oleh peneliti adalah lebih banyak yang tidak setuju dengan pernyataan tentang pelayanan pada UD Harapan Tani. Seperti pernyataan pelayan di UD Harapan berpenampilan rapi, bersih, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja seragam yang sesuai sebanyak 65,71% masyarakat yang tidak setuju, dan sebanyak 94,29% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan pelayan di UD Harapan selalu siap dan cepat dalam menanggapi setiap keluhan pembeli. Hal ini yang menunjukkan bahwa pelayanan yang ada pada UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang masih belum sesuai harapan pembeli.

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya. Perusahaan dalam memasarkan barang/jasa sangat tergantung dan harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan, penentuan lokasi perusahaan dan *word of mouth* dari perusahaan kita berjalan efektif atau tidak kepada pelanggan karena hal itu merupakan bagian yang penting untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dalam memasarkan produknya, perusahaan memerlukan promosi seperti suatu komunikasi dengan para konsumen atau masyarakat pada umumnyauntuk mampu mempengaruhi konsumen dalam proses keputusan pembeliannya. Karena dengan adanya promosi tersebut maka konsumen dapat mengetahui produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Salah satu caranya adalah *word of mouth. Word of mouth* merupakan usaha pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan dan menjual produk atau merek kepada pelanggan serta calon konsumen.

*Word of mouth* merupakan sesuatu yang banyak dibicarakan oleh masyarakat, pembicaraan terjadi dikarenakan ada kontroversi yang membedakan dengan hal-hal yang biasa dan normal dilihat orang. *Word Of Mouth* (WOM) memiliki peran yang sangat berpengaruh atau efektif dalam kelangsungan hidup suatu perusahaan. Karena *Word Of Mouth* dapat menyebar luas secara cepat dan dipercaya oleh para calon konsumen. Penyebaran *Word Of Mouth* tidak hanya dapat dilakukan dengan cara pemberian informasi melalui komunikasi mulut ke mulut, tetapi juga dapat disebarluaskan melalui media sosial internet yang ada.

1. Selain itu berkaitan dengan *word of mouth*yang digunakan pada UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang maka peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat sebanyak 35 orang sebagai berikut :

**Tabel 1.3**

**Hasil Data Prasurvey Mengenai*Word Of Mouth*Pada**

**UD Harapan Tani**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator *Word Of Mouth*** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Sering mendapat informasi dari teman tentang produk yang ada di UD Harapan Tani sangat dipercaya | 12 | 34,29 | 23 | 65,71 |
| 2 | Saya selalu merekomendasikan kepada sanak keluarga dan teman agar belanja di UD Harapan Tani | 4 | 11,43 | 31 | 88,57 |
| 3 | Saya sering membujuk teman untuk mau membeli produk yang ada di UD Harapan Tani bila membutuhkan. | 2 | 5,71 | 33 | 94,29 |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuisioner,2023.

1. Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa *word of mouth*yang digunakan pada UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang belum maksimal. Hal ini dapat terlihat pada hasil pra *survey* yang dilakukan oleh peneliti adalah lebih banyak yang tidak setuju dengan pernyataan *word of mouth*yang digunakan pada UD Harapan Tani. Seperti pernyataan, sering mendapat informasi dari teman tentang produk yang ada di UD Harapan Tani sangat dipercaya sebanyak 65,71% masyarakat yang tidak setuju, dan sebanyak 94,29% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan saya sering membujuk teman untuk mau membeli produk yang ada di UD Harapan Tani bila membutuhkan. Hal ini yang menunjukkan bahwa promosi dalam bentuk *word of mouth*yang digunakan pada UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang belum maksimal.
2. Selanjutnya itu berkaitan dengan keputusan pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang maka peneliti melakukan pra-survey dengan menyebarkan kuesioner yang diberikan kepada masyarakat sebanyak 35 orang sebagai berikut :

**Tabel 1.4**

**Hasil Data Prasurvey MengenaiKeputusan Pembelian Pada**

**UD Harapan Tani**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Indikator Keputusan Pembelian** | **Setuju** | **Persentase** | **Tidak Setuju** | **Persentase** |
| 1 | Saya membeli yang ada di UD Harapan Tani sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus. | 16 | 45,71 | 19 | 54,29 |
| 2 | Saya memutuskan untuk membeli yang ada di UD Harapan Tani berdasarkan pengalaman orang lain | 3 | 8,57 | 32 | 91,43 |
| 3 | Saya akan melakukan pembelian yang ada di UD Harapan Tani secara terus-menerus atau berulang-ulang. | 2 | 5,71 | 33 | 94,29 |

Sumber : Hasil Penyebaran Kuisioner,2023.

1. Berdasarkan tabel 1.2 dapat dilihat bahwa masyarakat cenderung belum pernah melakukan pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang. Hal ini dapat terlihat pada hasil pra *survey* yang dilakukan oleh peneliti adalah lebih banyak yang tidak setuju dengan pernyataan berkaitan dengan keputusan pembelian di UD Harapan Tani. Seperti pernyataan, saya membeli yang ada di UD Harapan Tani sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus sebanyak 54,29% masyarakat yang tidak setuju, dan sebanyak 94,29% masyarakat tidak setuju dengan pernyataan saya akan melakukan pembelian yang ada di UD Harapan Tani secara terus-menerus atau berulang-ulang. Hal ini yang menunjukkan bahwa masyarakat cenderung belum pernah melakukan pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang.
2. Mengingat sangat pentingnya pengaruh harga, pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian secara lebih mendalam dengan menentukan judul: **“Pengaruh Harga, Pelayanan Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang".**

## Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Harga produk yang ada pada UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang belum seluruhnya terjangkau oleh masyarakat.
2. Pelayanan yang ada pada UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang masih belum sesuai harapan pembeli.
3. Promosi dalam bentuk *word of mouth* yang digunakan pada UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang belum maksimal.
4. Masyarakat cenderung belum pernah melakukan pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang.

## Batasan Masalah

Adapun penelitian ini dibatasi hanya pada masalah pengaruh harga, pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di Kecamatan Beringin Kabupaten Deli Serdang.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah yang akan dijadikan pokok bahasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang?
3. Apakah ada pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang?
4. Apakah ada pengaruh harga, pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang?.

## Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahuipengaruh harga terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang.
2. Untuk mengetahuipengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang.
3. Untuk mengetahuipengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang.
4. Untuk mengetahuipengaruh harga, pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian di UD Harapan Tani di kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang.

## Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan pengetahuan tentang pengaruh harga, pelayanan dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian pada UD Harapan Tanidi Kecamatan Beringin kabupaten Deli Serdang.

1. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan melengkapi pengetahuan ilmu pemasaran di Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah.

1. Bagi UD Harapan Tani

Penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan kepada perusahaan untuk meninjau kembali pedoman kebijakannya dan mampu bersaing dengan perusahaan lain guna menentukan strategi yang lebih baik untuk menarik perhatian konsumen.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi siapa pun yang akan melakukan penelitian yang serupa atau melakukan kelanjutan dari penelitian ini, sehingga menjadi tolak ukur bagi peneliti selanjutnya.