

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terbilang sangat ketat. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu negara yang bersaing dengan negara lain untuk menarik minat pelanggan di dalam perdagangan internasional.

Strategi pemasaran terdiri dari empat bauran pemasaran (marketing mix) yang meliputi product, price, promotion dan place. Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang saat ini akan dibicarakan adalah tentang kualitas produk dan juga pelayanan. Kualitas produk adalah manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Kemudian pelayanan adalah sesuatu yang diberikan perusahaan sebagai tanggung jawab atas produk yang telah dijual. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk tersebut dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Di era kemajuan teknologi dan jaringan internet yang berkembang pesat saat ini, banyak bermunculannya pengusaha UMKM yang memanfaatkan internet dan sosial media untuk mendorong perkembangan bisnis mereka. Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Untuk menarik minat pelanggan membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan pelayanan yang baik dan sesuai harapan pelanggan.

Terlebih dalam situasi pandemi yang sedang melanda Indonesia bahkan dunia saat ini. Bisnis *online* menjadi industri yang menjanjikan, karena kepraktisan dan berbagai kemudahan yang di tawarkan kepada pelanggan. Salah satunya, produk yang di beli bisa di antar langsung ke rumah atau tempat yang dituju, jadi pelanggan tidak perlu repot mendatangi langsung toko tersebut. Dan berbagai keuntungan lain yang bisa didapat pelanggan apabila membeli suatu produk secara *Online*, seperti gratis ongkos kirim dan diskon harga. Hal-hal tersebut menjadi alasan pelanggan untuk beralih ke pembelian secara *Online*.

Tak terkecuali bisnis percetakan foto. Dewasa ini sudah banyak pengusaha percetakan foto yang mempromosikan usahanya di sosial media seperti di Instagram, Facebook, WhatsApp dan aplikasi lainnya yang sedang banyak di gunakan saat ini. Usaha percetakan tersebut menawarkan pembelian produk secara praktis(Digital), seperti dengan cara mencetak foto yang di kirim oleh pelanggannya lewat sosial media mereka dan hasil foto nya bisa di antarkan langsung ke rumah atau ke lokasi yang di tuju oleh pelanggan tersebut.

Paramount Foto bergerak dibidang jasa dokumentasi , design, dan percetakan foto. Usaha yang berdiri sejak 1992, merupakan satu dari sekian banyak jasa foto yang mulai menjamur akhir-akhir ini. Paramount Foto mampu meningkatkan omsetnya dengan kualitas terbaik yang ditawarkan.

Tabel 1.1 Jenis Produk Paramount Foto

PRODUK :
Foto studio/cetak foto
Foto prewedding
Pembuatan vidio acara pernikahan, tunangan, ulangtahun dll
Undangan(vidio)digital (baik pernikahan, tunangan, ulangtahun dll)

Sumber : Paramount Foto

Walaupun kualitas produk Paramount Foto terkenal bagus sejak lama, pelayanan Paramount Foto kurang memenuhi harapan pelanggan terlebih di saat situasi pandemi, tambahan layanan siap antar sangat dibutuhkan untuk mempermudah pelanggan

mendapatkan produk yang di inginkan .Di bawah ini adalah tabel produk, dan pendapatan Paramount Foto tahun 2019-2021.

Tabel 1.2. Pendapatan Paramount Foto

RATA-RATA (Rupiah)			
Tahun	Per Tahun	Per Bulan	Per Hari
2019	220.000.000	18.333.333	611.111
2020	190.000.000	15.833.333	527.777
2021	180.000.000	15.000.000	500.000

Sumber : Paramount Foto, Pendapatan Paramount Foto 2019-2021.

Untuk memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dimasa yang akan datang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Kualitas Produk, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Paramount Foto Cabang Kota Bambu Raya Jakarta barat”

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun masalah yang muncul dapat peneliti identifikasikan sebagai berikut :

1. Peraturan *lock down* membuat pelanggan Paramount Foto tidak bisa keluar rumah dan memilih beralih memakai jasa cetak foto secara *online*.
2. Larangan mengadakan berbagai acara resepsi membuat Paramount Foto sepi panggilan *shooting video* seperti acara pernikahan, khitanan, ulang tahun maupun lamaran.
3. Belum di berlakukannya layanan siap antar oleh Paramount Foto, membuat pelanggan beralih ke kompetitor yang menyediakan layanan siap antar. Padahal bila dinilai dari segi kualitas produk (hasil cetak foto ataupun vidio) Paramount Foto tidak diragukan lagi(terbilang bagus) dan terkenal sejak lama.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah Paramount Foto menunjukkan bahwa ada beberapa permasalahan, guna mencegah mengembangkannya penelitian maka peneliti membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Dengan harapan pemecahan masalahnya lebih terarah.

Oleh sebab itu peneliti membatasi penelitian ini hanya pada pengaruh kualitas produk, dan pelayanan, terhadap keputusan pembelian di Paramount Foto.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah secara simultan kualitas produk, pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto?
2. Apakah secara parsial kualitas produk, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto?
3. Apakah secara parsial pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di percetakan Paramount Foto?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Paramount Foto
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Paramount Foto?

Untuk mengetahui apakah secara parsial pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Paramount Foto?

1.6 Manfaat Penelitian

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan percetakan maupun oleh Manajemen percetakan.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, pelayanan, promosi dan keputusan pembelian.

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya dibidang manajemen pemasaran.

1.7. Sistematika Penelitian

Untuk memahami lebih lanjut penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika peneliti

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi, serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Berisi simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian dan juga saran yang berisi masukan untuk obyek penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Berisi berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah yang digunakan dalam menyusun penelitian