

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi alat komunikasi sangat dibutuhkan oleh setiap individu, karena sudah tidak bisa dipungkiri lagi alat komunikasi sudah menjadi komoditas utama masyarakat pada umumnya. Alat komunikasi dalam perkembangan mengalami berbagai perubahan yang tidak hanya disesuaikan dari kebutuhan pengguna tetapi juga kemajuan teknologi.

Pada perkembangan alat komunikasi khususnya telepon selular atau *handphone*, terjadi persaingan bisnis dalam penjualan. Sejalan dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang begitu cepat memberikan kemudahan bagi konsumen untuk memilih produk dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Hal ini menjadi tantangan bagi semua perusahaan. Hanya perusahaan yang mampu dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang mampu bertahan dalam persaingan.

Pada dasarnya seorang menggunakan atau memiliki *handphone* adalah untuk memenuhi kebutuhan akan informasi, dengan perangkat ini kita dapat selalu terhubung dengan orang-orang sekitar kita, dengan teknologi ini jarak dan waktu sudah bukan lagi menjadi

masalah lagi. Penyebaran informasi kian cepat dengan menggunakan *Handphone*

Teknologi telepon selular atau *handphone* saat ini bukan lagi menjadi barang mewah, mulai dari kalangan bawah hingga kalangan atas, dari tukang becak hingga pejabat mayoritas sudah memiliki *handphone*. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya kebutuhan akan informasi. Selain itu juga harga sebuah *handphone* saat ini cukup bersaing sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan.

Ditambah lagi perkembangan telepon *handphone* di Indonesia memasuki persaingan yang sangat ketat. Karena para produsen *Handphone* seperti Nokia, Samsung, Sony dan Blackberry terus melakukan inovasi dengan mengeluarkan berbagai tipe *handphone*. Sehingga, menyebabkan penawaran melebihi dari jumlah permintaan. Pada kondisi seperti ini sifat pasar akan berubah dari *seller market* menjadi *buyer market* atau penjual mencari pembeli. Sehingga secara tidak langsung konsumen merasakan bahwa kebutuhan informasi menjadi yang sangat penting dalam kehidupan saat ini..

Pengguna *handphone* sendiri di Jakarta semakin banyak dan menjamur. Konsumen juga memandang *handphone* hanya bukan menjadi alat untuk pemenuhan kebutuhan informasi saja, hal ini ditunjukkan dengan banyaknya fitur *handphone* yang sangat beragam, mulai dari koneksi internet, pemutar musik dan video, kamera, dll.

Persaingan produsen *handphone* ikut memicu banyaknya penawaran *handphone* sehingga juga memunculkan persaingan di tingkat perusahaan retail besar maupun kecil penjual *handphone* tersebut. Banyaknya perusahaan retail membuat para konsumen agar lebih selektif dalam memilih dimana mereka melakukan keputusan untuk pembelian.

Dalam membangun sebuah hubungan dengan konsumen, para perusahaan ritel penjualan berlomba untuk menarik konsumen agar untuk membuat keputusan pembelian. Di Indonesia sendiri banyak sekali ritel penjual *handphone* yang besar maupun yang kecil yang resmi maupun tidak. Ada beberapa ritel penjual *handphone* yang cukup dikenal, seperti Sentra Ponsel, Era Phone dan Global Teleshop.

Pada persaingan di tingkat perusahaan ritel penjual *handphone* satu perusahaan yang masih *survive* dan memiliki pangsa pasar yang cukup banyak yaitu PT. Global Teleshop. Dalam menghadapi persaingan dalam pangsa pasar ini, perusahaan tersebut memaksimalkan kualitas pelayanan. Walaupun pelayanan adalah suatu barang yang tidak dapat berwujud, namun pelayanan dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Misalkan, bagaimana global teleshop menyediakan produk *handphone* dan bagaimana *handphone* tersebut didistribusikan kepada konsumen merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan satu sama lain. karena di sana terjadi interaksi langsung dengan konsumen. kualitas

pelayanan merupakan perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterima. Apabila harapan lebih besar jika dibandingkan dengan kepuasannya, karenanya ketidakpuasan konsumen terjadi.

Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dinilai bahwa kualitas pelayanan merupakan komponen yang penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Konsumen dapat menjadikan kualitas pelayanan sebagai acuan keputusan pembelian. Perusahaan retail dapat menarik hati konsumen dengan cara memaksimalkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada setiap konsumen. Diharapkan dengan merasakan pelayanan yang diberikan, konsumen dapat mengambil keputusan pembelian di perusahaan retail tersebut.

Oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan yang diberikan ritel Global Teleshop kepada konsumen. Pada penelitian ini konsumen yang akan diteliti adalah konsumen yang datang ke ritel Global Teleshop khususnya cabang Cibubur Junction. Alasan konsumen yang datang ke Global Teleshop cabang Cibubur Junction sebagai objek penelitian adalah karena konsumen dapat menilai kualitas pelayanan yang di berikan oleh Global Teleshop sehingga konsumen dapat melakukan tindakan keputusan pembelian atau tidak.

Berdasarkan paparan di atas maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Survei Pada Pembeli *Handphone* Di Global Teleshop Cabang Cibubur Junction ”**. Survei pada konsumen yang datang dan melakukan keputusan pembelian *handphone* di Global Teleshop Cabang Cibubur Junction.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Bagaimana proses kegiatan pelayanan yang diberikan di Global Teleshop Cabang Cibubur Junction terhadap konsumen yang datang?
2. Apakah kualitas pelayanan di Global Teleshop Cabang Cibubur Junction berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone*?

C. Tujuan Dan Manfaat

Maksud penulis melakukan penelitian pada Global Teleshop Cabang Cibubur Junction adalah mengkaji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebagai bahan penyusun karya ilmiah guna memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Tujuan Penelitian

- a. Mendeskripsikan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Global Teleshop Cabang Cibubur Junction.
- b. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan di Global Teleshop Cabang Cibubur Junction terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya tentang kualitas pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, serta dapat dijadikan pembandingan dengan peneliti yang ingin melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan informasi kepada perusahaan tentang kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen, sebagai bahan untuk pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan melakukan strategi bisnis.

c. Bagi Fakultas

Sebagai pelengkap arsip karya ilmiah Universitas terutama di bidang pemasaran.