



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Hadirnya kemajuan teknologi mendorong keterbukaan era informasi dan digitalisasi komunikasi secara global yang memudahkan interaksi antar masyarakat. Salah satunya adalah kemajuan teknologi di bidang gawai (telepon seluler, tab, dan laptop). Kemajuan teknologi tinggi ini dibarengi dengan kemajuan media internet sebagai media akses. Perkembangan teknologi yang begitu pesat saat ini membawa perubahan dan kemudahan bagi masyarakat dalam menjalankan aktivitas. Kemajuan teknologi ini juga menghapus batas – batas ruang dan waktu.

Pandemi Covid 19 yang melanda Indonesia sejak bulan Maret 2020 telah mengubah pola hidup masyarakat secara signifikan terutama dalam berinteraksi dan berkomunikasi dengan lebih mengutamakan komunikasi secara virtual. Menurut Prof. Sa Adiningsih dampak pandemi Covid 19 juga berakibat pada aktivitas ekonomi digital dimana di Indonesia transformasi digital berkembang dan mendisrupsi sektor bisnis secara ekonomi (feb.igm.ac.id:2022). Namun demikian, dampak *negative* dari pandemi Covid 19 dari aspek perekonomian adalah menurunnya daya beli masyarakat yang menyebabkan berkurangnya permintaan pasar. Pandemi Covid 19 juga berdampak terhadap pembangunan infrastruktur. Dalam aspek insfrastruktur pada saat pandemi Covid 19 banyak pembangunan fisik (aktivitas konstruksi) yang ditunda yang menyebabkan tidak terserapnya bahan baku domestik, menurunnya impor barang modal, dan hilangnya lapangan pekerjaan yang berkontribusi pada meningkatnya angka pengangguran, sehingga tidak ada manfaat ekonomi yang diperoleh dari pembangunan infrastruktur. Menurunnya daya beli masyarakat dan tertundanya proyek infrastruktur tersebut menyebabkan persaingan suplai barang – barang konstruksi menjadi lebih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) tanpa izin IBIKKG.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



agresif dan para pemasok harus berusaha keras mempengaruhi masyarakat dengan berbagai media *online* yang ada untuk meningkatkan daya beli masyarakat.

PT Sigma Asia Bahtiar (Mitra Pipa) merupakan pemasok pipa dan fitting *HDPE* dari produsen sistem perpipaan *PE* terkemuka, seperti *GF Indonesia (Tyco)*, *Rucika*, *Vinilon*, *Unilon*, *Maspion*, *Swallow* dan lain – lain yang memasok produk dengan kualitas terbaik sesuai dengan standar Nasional Indonesia dan bersertifikat internasional.

PT Sigma Asia Bahtiar (Mitra Pipa) berlokasi di MGK Kemayoran LT GF Blok D-2 No. 06 Jl. Angkasa Kav. B-6 Kemayoran Jakarta Pusat. Sebagai rekanan PT Sigma Asia Bahtiar memberikan jaminan proses produksi, kualitas dan harga sesuai harapan customer. PT Sigma Asia Bahtiar membantu para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan perpipaan sesuai dengan aplikasi lapangan dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau.

Melalui media sosial (*Instagram*, *Facebook*, *Whatsapp*), mesin pencarian *Google*, dan *e-commerce* PT Sigma Asia Bahtiar memposisikan perusahaannya dengan melakukan *digital marketing*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 1.1

Produk Pipa HDPE Roll dan Batangan

PT Sigma Asia Bahtiar

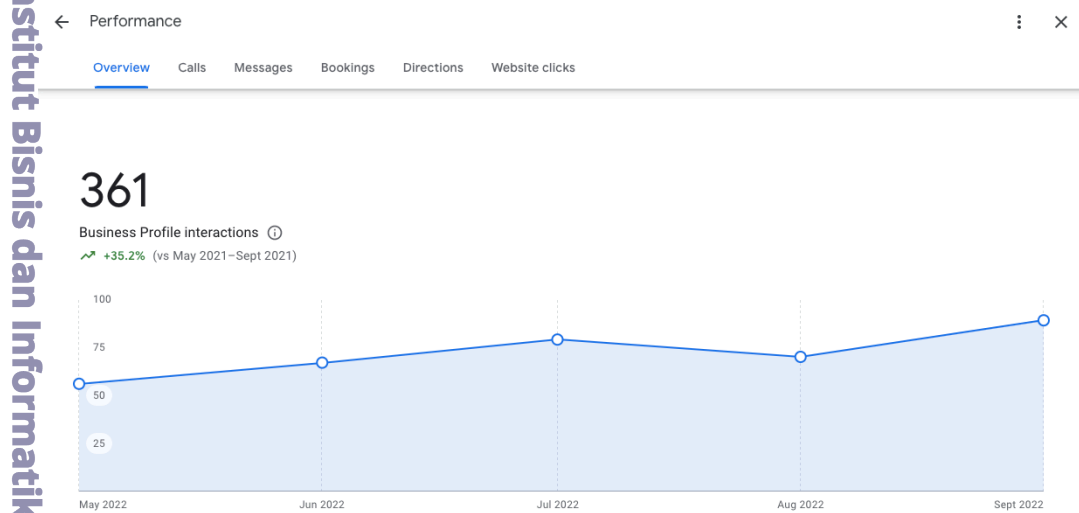


Sumber : Google (2022)

Gambar 1.2

Grafik Pengunjung Profil Bisnis PT Sigma Asia Bahtiar

Periode Mei – September 2022



Sumber: Google (2022)

Hak cipta milik IBI (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

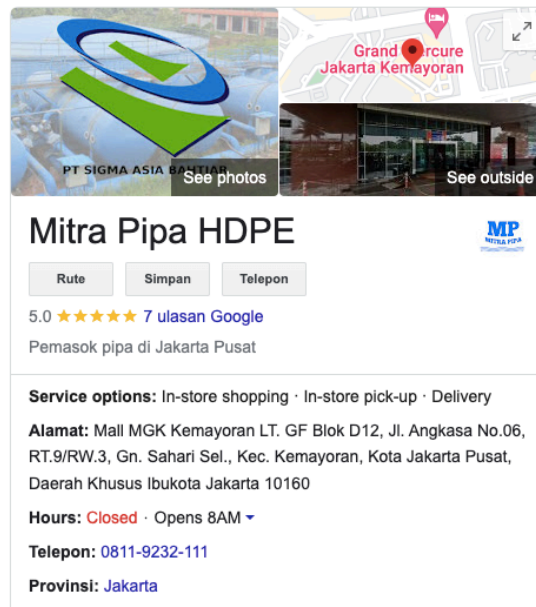
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan laporan grafik pada gambar 1.2 diatas menunjukkan bahwa pengunjung pada profil bisnis PT Sigma Asia Bahtiar dalam mesin pencarian *Google* mengalami penurunan di bulan Juli 2022 dan sedikit kenaikan pada bulan Agustus 2022. Pengunjung profil bisnis pada mesin pencarian *Google* diarahkan untuk melihat isi profil PT Sigma Asia Bahtiar yang mencakup *website*, no telepon, alamat detail kantor, jam operasional kantor, ulasan pengunjung dan informasi no *Whatsapp* yang bisa dihubungi oleh pengunjung.

Gambar 1.3

Profil Akun Bisnis PT Sigma Asia Bahtiar Pada Mesin Pencarian Google



Sumber : Google (2022)

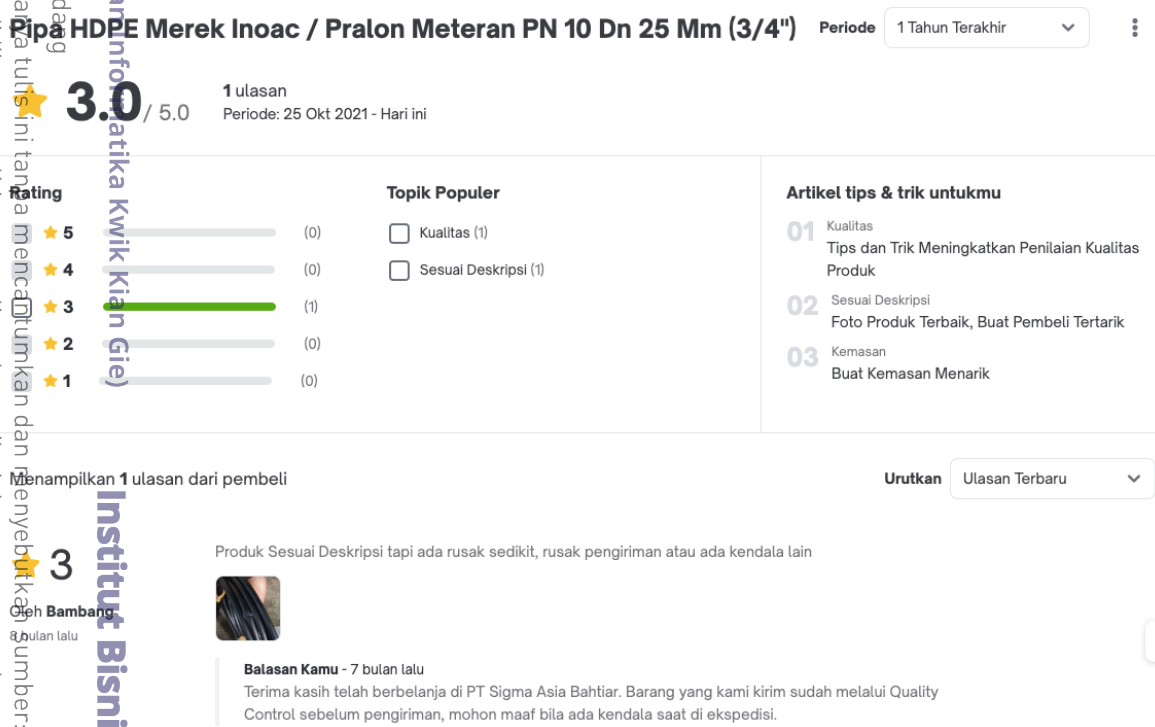
*Google* merupakan situs web yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat seluruh dunia. Hingga saat ini, *Google* telah memegang lebih dari 92% pangsa pasar mesin pencari. Pada gambar diatas menampilkan informasi berupa nama bisnis, alamat bisnis, nomor telepon usaha, waktu operasional bisnis dan foto – foto laman profil sebagai portofolio.

Selain memanfaatkan profil bisnis pada mesin pencarian *Google*, PT Sigma Asia

Bahtiar juga memanfaatkan *e-commerce* Tokopedia dalam memasarkan dan menjual produk – produknya. Tokopedia menawarkan berbagai solusi dari banyaknya permasalahan transaksi online antara penjual dan pembeli. Tokopedia sendiri merupakan *platform* dengan basis *open market place* yang memudahkan para pelaku bisnis (seller.tokopedia.com: 2022)

Gambar 1.4

Review Pembeli PT Sigma Asia Bahtiar Pada E-Commerce Tokopedia



Sumber: Tokopedia (2022)

Berdasarkan gambar 1.4 menjelaskan bahwa salah satu produk yang dijual oleh PT Sigma Asia Bahtiar pada *e-commerce* Tokopedia mengalami kerusakan yang menyebabkan rating toko PT Sigma Asia Bahtiar mengalami penurunan dikarenakan mendapatkan rating bintang 3 dimana hal tersebut mempengaruhi calon pembeli lain yang akan melakukan



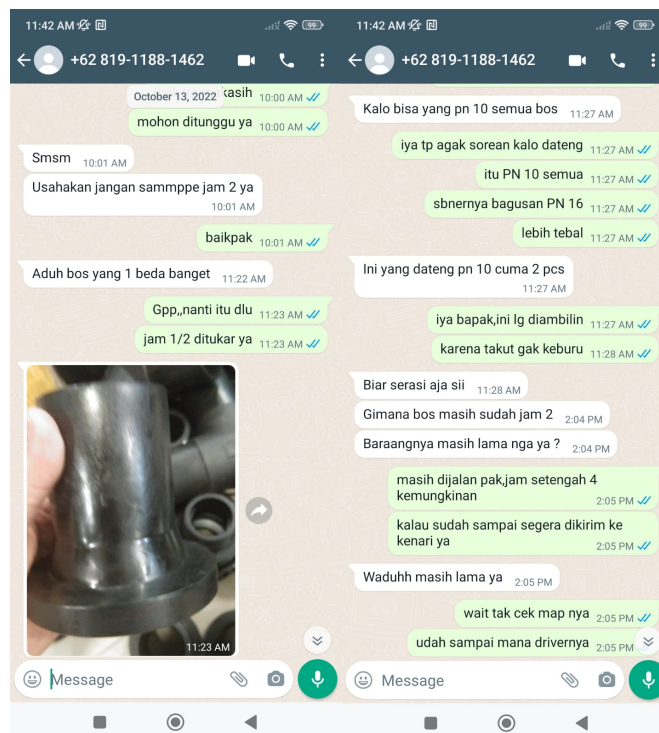
transaksi. Rating pada *e-commerce* sangat penting karena dijadikan acuan oleh calon pembeli lain sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Rating rendah yang diberikan oleh konsumen mencerminkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh PT Sigma Asia Bahtiar pada *e-commerce* Tokopedia cukup buruk dikarenakan beberapa faktor yang meliputi, kurangnya pengawasan terhadap kecacatan produk maupun pengawasan terhadap kemasan produk sebelum dikirimkan.

Untuk saat ini pemasaran melalui toko online atau *e-commerce* sangat penting dalam membantu meningkatkan penjualan perusahaan dikarenakan kemudahan transaksi dan kontrol kualitas produk oleh konsumen, sehingga kualitas layanan secara *online* juga harus benar – benar diperhatikan oleh perusahaan.

Gambar 1.5

### Keluhan Pelanggan PT Sigma Asia Bahtiar



Sumber: Whatsapp Bisnis PT Sigma Asia Bahtiar (2022)

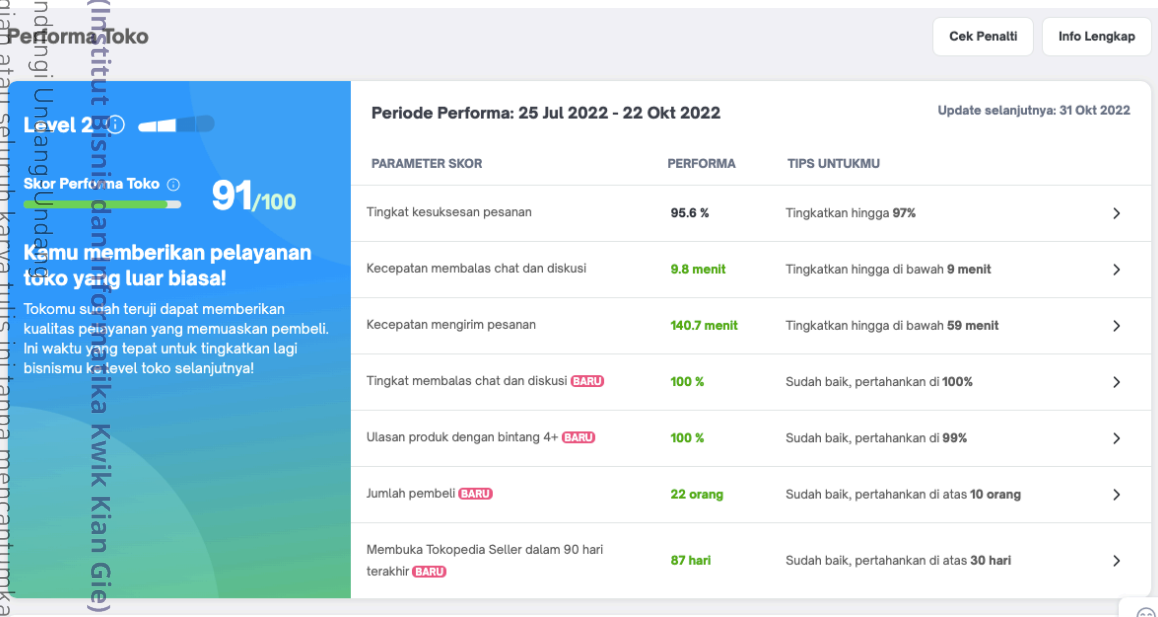
Pada gambar 1.5 menjelaskan bahwa ada keluhan dari pelanggan PT Sigma Asia Bahtiar karena ketidaksesuaian barang yang dipesan dengan barang yang sudah

dikirimkan, sehingga menimbulkan komplain melalui *whatsapp business* PT Sigma Asia

Bahtiar. ©

Gambar 1.6

### Performa Toko PT Sigma Asia Bahtiar Pada E-Commerce Tokopedia



Sumber: Tokopedia (2022)

Berdasarkan gambar 1.6 menjelaskan bahwa performa layanan PT Sigma Asia Bahtiar pada *e-commerce* Tokopedia masih belum memenuhi target dalam tingkat kesuksesan pesanan sehingga mendapatkan skor performa toko 91/100 pada level 2, hal ini sangat berpengaruh untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memutuskan pembelian secara online pada *e-commerce* Tokopedia.

Pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jaherman *et al.* (2022) dalam jurnal “ *The effect of service quality and price on consumer purchase decision through purchase interest on online shopee*

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





*shopping sites in Indonesia*” yang menyatakan bahwa Shopee dinilai memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan prima, dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Penelitian lain dari kualitas layanan terhadap keputusan pembelian juga dilakukan oleh Pranoto *et al.* (2022) dalam jurnal *“The effect of service quality and price on purchase decisions mediated by brand image”* yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga mempengaruhi keputusan pembelian dan citra merek dapat memediasi dan menandakan hubungan antara kualitas layanan yang diberikan dan keputusan untuk membeli.

Selain kualitas layanan, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Promosi menjadi pertimbangan calon pembeli ditengah persaingan pasar yang sangat luas seperti pada era pandemi Covid 19 sekarang ini. Meskipun pandemi Covid 19 sudah berkurang secara signifikan dibandingkan pada tahun 2020 dan 2021 namun daya beli pasar masih belum sepenuhnya pulih sedangkan para penjual semakin berlomba – lomba memenangkan pasar. Menurut Kotler dan Armstrong (2021:72) promosi merupakan salah satu bagian dari bauran pemasaran dimana mendefinisikan promosi sebagai kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk target pelanggan untuk membeli produk.





Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fahmi *et al.* (2022) dalam Jurnal Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Shopee yang menyatakan bahwa promosi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga bisa di intepretasikan bahwa semakin baik promosi maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

**B. Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang tersaji berdasarkan latar belakang masalah yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?
3. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?

**C. Batasan Masalah**

Batasan masalah yang tersaji karena keterbatasan waktu dan agar pembahasan tidak terlalu luas yaitu:

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?

1. Malarang melutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipannya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



#### D. Batasan Penelitian

Agar lebih terfokus maka batasan penelitian hanya dilakukan pada:

1. Obyek penelitian ini adalah kualitas layanan, promosi dan keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar.
2. Subyek penelitian ini merupakan konsumen yang sudah pernah membeli produk pada PT Sigma Asia Bahtiar.
3. Periode penelitian dimulai dari bulan September 2022 – Januari 2023.

#### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah dan batasan penelitian diatas, maka rumusan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Apakah kualitas layanan dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar?”

#### F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar.



## G. Manfaat Penelitian

### 1. Bagi perusahaan

Harapan peneliti dalam menulis penelitian ini adalah untuk mencari tahu strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada PT Sigma Asia Bahtiar sehingga lebih efektif dan efisien.

### 2. Bagi Akademis

Harapan dalam penelitian ini yaitu dapat memberikan kontribusi kepada akademis bagi kepustakaan pada program studi Manajemen Pemasaran dan dapat memberikan manfaat sebagai bahan informasi atau referensi sebagai penelitian berikutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta dimiliki oleh IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.