

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Menurut Fauzia, (2017, hal. 59) bisnis merupakan pertukaran barang dan jasa dengan metode transaksi uang tunai maupun non tunai yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Bisnis merupakan kegiatan yang sangat penting dalam kehidupan ekonomi dan sosial dengan tujuan mendapatkan keuntungan (laba). Kegiatan bisnis yang semakin banyak dilakukan oleh orang membuat persaingan bisnis menjadi ketat. Dengan adanya persaingan bisnis tersebut membuat pelaku bisnis harus mempunyai strategi bisnis yang bagus demi mengembangkan dan mempertahankan bisnisnya. Salah satu cara seorang pelaku bisnis adalah dengan menawarkan harga produk yang bersaing dengan kualitas produk yang bagus. Bukan hanya itu, kelengkapan produk yang ditawarkan juga dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan (*benefit*) atas kepemilikan atau pengguna suatu produk atau jasa (Setyaningrum, 2015, hal. 128).

Dalam Syariat Islam perlu ada standar harga dalam bisnis, yaitu prinsipnya standar harga tersebut harus ditetapkan secara yang adil agar tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedzaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak lain (Tati Handayani dan Muhammad Anwar Fathoni,

2019, hal. 6). Hal ini sejalan dengan Firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah/2:279 sebagai berikut.

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَکُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِکُمْ  
لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya : “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya (Departemen Agama RI, 2015, hal. 47).

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan, dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan termasuk dalam hal perniagaan. Dalam perniagaan keadilan adalah dari segi harga yang ditawarkan harus sesuai dengan mutu dan kualitas produk tersebut.

Penentuan harga juga harus melihat bagaimana kualitas produk atau barang yang akan dijual, karena kualitas sebuah produk berpengaruh terhadap harga jual dan minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Menurut Afnina, (2018, hal. 22) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan hal yang sangat penting untuk dijaga agar suatu industri tidak kehilangan konsumennya dan reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik. Kualitas produk adalah keseluruhan gabungan karakteristik produk dan jasa dari aspek pemasaran, rekayasa, manufaktur, dan pemeliharaan yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap produk dan jasa tersebut. Kualitas produk menjadi hal sangat penting bagi produsen untuk meyakinkan konsumen atau pelanggan untuk membeli dan menggunakan produk yang dipasarkan mereka. Produk yang berkualitas bagus akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian bagi seorang konsumen, apakah pembelian tersebut akan terjadi lagi atau berulang. Akan tetapi,

produk yang berkualitas bagus harus di iringi dengan ketersediaan produk yang cukup untuk memenuhi kebutuhan seorang konsumen.

Menurut Hidayat, (2020, hal. 19) mengemukakan bahwa kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasaran dan ketersediaan barang-barang tersebut dipasaran. Indikator dari kelengkapan produk seperti keragaman produk yang dijual, Variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang tersedia. Kelengkapan produk yang disediakan oleh produsen dipasaran dapat memberikan banyak pilihan kepada konsumen untuk membandingkan beberapa alternatif yang tersedia. Dengan adanya kelengkapan produk membuat keputusan pembelian oleh konsumen menjadi lebih meningkat, karena banyak produk yang ditawarkan oleh produsen. Selain itu, faktor lain yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melakukan pembelian adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau calon konsumen. Sebagian besar toko bangunan menawarkan harga produk yang relatif sama dengan kualitas yang sama dan kelengkapan yang sama pula, tetapi yang dapat membedakannya adalah pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko bangunan maupun karyawannya kepada konsumen atau calon konsumen. Oleh sebab itu, kualitas pelayanan sangat penting untuk membentuk citra perusahaan yang baik dan memberikan kenyamanan bagi konsumen atau calon konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah penilaian terhadap kinerja karyawan atau perusahaan yang dilakukan oleh konsumen atau calon konsumen dalam memberikan tindakan, perilaku dan sikap. Setiap perusahaan dan karyawan selalu berusaha atau berupaya memberikan pelayanan terbaik untuk membantu dan memenuhi kebutuhan dari konsumen atau calon konsumen. Perusahaan dan

karyawan yang memiliki keunggulan atau keistimewaan dalam memberikan pelayanan tentu berdampak pada kepuasan konsumen atau pelanggan, sehingga memunculkan rasa loyal dari konsumen atau pelanggan akibat adanya pelayanan yang berkualitas atau terbaik dari perusahaan dan karyawan. Pelayanan yang berkualitas adalah tindakan, perilaku dan sikap yang dilakukan oleh perusahaan dan karyawan kesesuaian antara janji dengan harapan atau keinginan dari konsumen atau pelanggan. Jadi, keberhasilan perusahaan dalam menarik minat konsumen atau calon konsumen bukan hanya sebatas harga yang terjangkau atau bersaing dan kualitas produk saja, tetapi perusahaan juga harus memberikan pelayanan yang baik atau berkualitas (Tjiptono, 2016, hal. 125).

Menurut Irawan, (2008, hal. 118) Keputusan Pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber informasi yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternative, sehingga pengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang kemudian disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian. Setiap produk yang ditawarkan tentu saja mempunyai keunggulan masing-masing dan manfaat yang berbeda, sehingga keputusan untuk melakukan pembelian juga bermacam-macam. Salah satu keputusan pembelian yang berdasarkan keunggulan atau kualitas produk adalah produk bahan bangunan. Seorang konsumen akan melakukan pembelian produk bahan bangunan apabila memiliki kualitas produk yang bagus dan dapat memberikan manfaat.

Toko Bangunan A. Latif merupakan sebuah usaha yang menjual berbagai macam produk bahan bangunan dan peralatan pertukangan mulai dari paku, cat,

semen, selang dan lainnya. Toko Bangunan A. Latif menawarkan berbagai macam produk bahan bangunan yang lengkap dengan harga yang terjangkau atau kompetitif dan memberikan produk yang berkualitas. Selain itu, Toko Bangunan A. Latif juga memberikan pelayanan yang ramah, baik dan sopan kepada semua konsumen. Lokasi dari Toko Bangunan A. Latif sangat mudah ditemui atau strategis di Kecamatan Binuang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif di Kecamatan Binuang”**

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif ?
2. Apakah Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif ?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif.

2. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di TB A. Latif.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Secara ringkas manfaat atau kegunaan penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, pembaca dan masyarakat umum untuk mengetahui keputusan pembelian secara lebih mendalam.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pemikiran dalam meningkatkan perkembangan usaha dan penjualan bagi para pelaku bisnis termasuk TB A. Latif dalam menentukan strategi bisnis yang dilakukan untuk menarik minat seorang konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai menambah bahan literatur bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin dan bagi pihak lain yang memerlukan penelitian ini.

#### **E. Definisi Operasional**

Menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam mengidentifikasi judul serta permasalahan yang akan penulis teliti dan sebagai pegangan agar lebih

fokusnya kajian lebih lanjut. Maka penulis membuat definisi operasional sebagai berikut :

1. Harga menurut Kamus Terbaru Bahasa Indonesia adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya (Tim. Reality, 2008, hal. 450). Jadi, yang dimaksud dengan harga dalam penelitian ini adalah nilai barang bahan bangunan yang dijual oleh TB A. Latif.
2. Kualitas Pelayanan. Kualitas merupakan sebuah keunggulan, keistimewaan dan kehandalan suatu produk barang dan jasa yang dimiliki oleh setiap orang, perusahaan maupun organisasi. Sedangkan pelayanan adalah segala sesuatu tindakan, perilaku atau sikap dan perbuatan yang diberikan kepada orang lain untuk membantu dan memenuhi kebutuhan konsumen atau calon konsumen. Jadi, kualitas pelayanan adalah cara perusahaan atau karyawan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk membantu dan memenuhi kebutuhan konsumen atau calon konsumen (Barata, 2006, hal. 38). Adapun yang dimaksud dengan kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah sikap, tindakan dan perilaku yang diberikan oleh TB. A. Latif kepada konsumen atau calon konsumen untuk membantu dan memenuhi kebutuhannya.
3. Menurut Kotler, (2008, hal. 347) Kelengkapan Produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan atau dijual untuk dimiliki, dipakai atau di konsumsi oleh konsumen atau pelanggan yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk yang di beli oleh konsumen atau pelanggan karena

digunakan untuk memenuhi kebutuhannya atau memberi manfaat tertentu. Jadi, yang dimaksud dengan Kelengkapan Produk dalam penelitian ini adalah ketersediaan produk bahan bangunan yang lengkap dijual oleh TB A. Latif mulai dari harga, merek hingga kualitas produk.

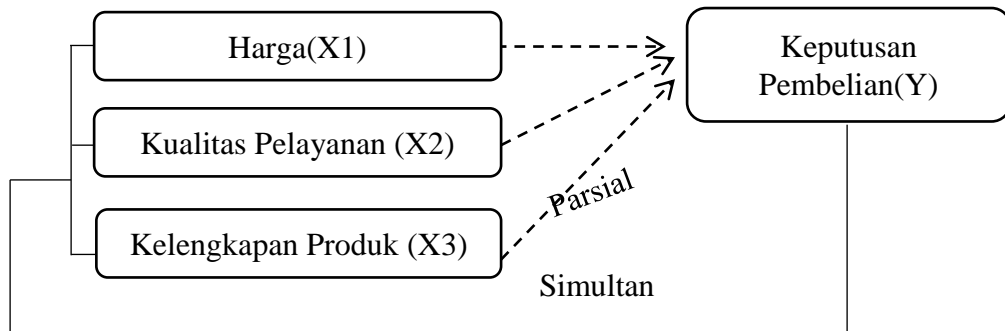
4. Menurut Mandey, (2013, hal. 97) Keputusan Pembelian merupakan proses keputusan seorang konsumen atau pelanggan yang akan membeli sebuah produk yang dijual dipasaran. Keputusan pembelian ini berkaitan dengan kegiatan individu yang terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan terhadap produk yang ditawarkan dan melakukan pembelian. Jadi, yang dimaksud dengan Keputusan Pembelian dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen akhir yang membeli produk bahan bangunan dari TB A. Latif dengan pertimbangan Harga, Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk.

#### **F. Kerangka Pemikiran**

Dalam kerangka pemikiran ini peneliti menggambarkan pengaruh secara sistematis antara variabel X dan variabel independen Y. Penelitian ini tentang pengaruh harga, kualitas produk, kelengkapan produk dan etika penjual terhadap keputusan pembelian di TB. A. Latif dengan melihat dari hasil observasi yang dilakukan selama satu minggu/bulan. Bentuk kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



**Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran**



(Sumber: Data Primer yang diolah 2022)

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa penulis akan melakukan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian.

Keterangan :

- a. **----->** = Pengaruh harga, kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di TB A. Latif secara parsial
- b. **————>** = Pengaruh harga, kualitas produk dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di TB A. Latif secara simultan.

### **G. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah diartikan sebagai jawaban sementara terhadap perumusan masalah penelitian. Kebenaran itu harus dibuktikan melalui data yang dikumpulkan. Hipotesis ini akan di uji oleh peneliti sendiri sehingga akan dapat diterima atau ditolak. Dengan peneliti terhadap penelitian ini adalah adanya variabel Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y). Untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y, peneliti menggunakan analisis

regeresi linier berganda, jika didasarkan pada rumusan masalah tersebut, maka hipotesa dalam peneltian ini adalah sebagai berikut:

#### Hipotesis I

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara parsial antara harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di TB A. latif Desa Karangany Putih Kecamatan Binuang.

Ha : Terdapat pengaruh secara parsial antara harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di TB A. latif Desa Karangany Putih Kecamatan Binuang.

#### Hipotesis II

Ho : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di TB A. latif Desa Karangany Putih Kecamatan Binuang.

Ha : Terdapat pengaruh secara simultan antara harga, kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di TB A. latif Desa Karangany Putih Kecamatan Binuang.

## H. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu yang peneliti rasa sangat relevan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Sintia Norariani yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Raytwo Distro Kotabaru dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian ini adalah variabel Harga dan Kualitas Produk berpengaruh secara parsial dan

simultan terhadap Loyalitas Konsumen. Persamaan penelitian ini adalah dari variabel yang digunakan sama seperti harga dan kualitas produk. Sedangkan perbedaannya adalah dari tempat penelitian dan ada tambahan variabel kelengkapan produk.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Amar Abu Bakar yang berjudul “Analisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pembelian makanan dalam aplikasi layanan Go-Food di kota Banjarmasin”. Hasil penelitian ini adalah variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian makanan. Persamaan penelitian ini adalah dari variabel yang digunakan seperti harga dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaannya adalah dari tempat penelitian dan ada tambahan variabel lain.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Iin Indah Sari yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Burdah Water”. Hasil penelitian ini adalah secara parsial harga tidak berpengaruh, tetapi promosi dan pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan semua variabel berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Persamaan penelitian ini adalah terletak dari variabel harga dan keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah pada tempat penelitian dan ada tambahan variabel.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Untuk lebih terarahnya pembahasan untuk lebih terarahnya pembahasan dalam penulisan Skripsi ini, maka disini perlu digunakan sistematika yang dibagi menjadi lima bab, masing-masing bab terdiri dalam beberapa sub bab, yang sistematika tersebut sebagai berikut:

Bab I adalah berupa pendahuluan, diawali dengan membuat latar belakang masalah, yaitu kerangka dasar pemikiran yang melatar belakangi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang telah tergambar dalam latar belakang masalah yang akan diteliti dengan dirumuskannya dengan rumusan masalah, setelah itu dari rumusan masalah maka akan ditetapkan tujuan penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan. Definisi operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah yang bermakna luas, sehingga di dapatkan pemahaman objek yang diinginkan oleh peneliti. Untuk memudahkan dalam penulisan skripsi ini, maka peneliti membuat kajian pustaka serta terdapat sistematika penulisan.

Bab II adalah berupa landasan teori yang menjelaskan tentang pengertian masalah-masalah yang berhubungan dengan objek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan. Baik itu berasal dari buku atau literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, juga bisa dari sumber informasi dari penelitian lainnya.

Bab III adalah berupa metode penelitian, dimana bab ini berisikan tentang bagaimana penelitian ini akan dilaksanakan secara operasional yaitu terdiri dari jenis, sifat, dan lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, serta tahapan penelitian.

Bab IV berisi tentang laporan hasil penelitian, memuat hasil dan pembahasan yaitu berisi tentang latar belakang objek penelitian, penyajian data, pengujian hipotesis serta analisis terhadap data-data yang disajikan dengan menggabungkan antara teori sebagai tinjauan pustaka dan data-data dari hasil penelitian yang telah didapatkan.

Bab V merupakan bab penutup yang berisi simpulan hasil penelitian yang dilakukan serta saran-saran dari penulis kepada berbagai pihak termasuk kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.