

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kompetisi pada dunia bisnis pada saat ini sedang meningkat, khususnya mengarah pada tuntutan kebutuhan pelanggan baik kualitas atau kuantitas yang menyebabkan dunia usaha harus berjuang untuk meningkatkan pelayanan yang efektif, efisien dan fleksibel untuk dapat berinovasi. Pertumbuhan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia selama beberapa tahun terakhir telah meningkatkan permintaan akan layanan *carwash* atau jasa mencuci mobil. Hal ini mendorong perkembangan industri *carwash* yang semakin pesat. Banyaknya penyedia jasa *carwash* yang berlomba-lomba menawarkan harga dan layanan terbaik, membuat pelanggan harus memilih dengan cermat di antara banyak pilihan tersebut. Hal yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari adalah antrian dan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa *car wash*.

Dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan harga yang terus dikembangkan diharapkan dapat menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam persaingan yang tentu semakin ketat, hal ini membuat calon dan para konsumen dapat lebih memilih jasa mencuci mobil yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya. Salah satu bisnis layanan *car wash* atau jasa mencuci mobil adalah Sakti Carwash Kota Binjai. Sakti Carwash Kota Binjai merupakan jasa layanan perawatan kendaraan bermobil, mulai dari salon eksterior dan interior mobil, *detailing* mesin, dan menghilangkan jamur kaca pada kendaraan mobil.

Keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan oleh konsumen untuk memilih satu dari berbagai pilihan yang ditawarkan. Proses ini adalah bersifat intergrasi yang menggunakan perspektif pengetahuan untuk menilai dua atau lebih tindakan alternatif dan memilih salah satunya. Selanjutnya Kotler & Keller (2016) berpendapat bahwa perilaku konsumen adalah salah satu cabang ilmu perilaku konsumen, yaitu studi tentang bagaimana organisasi, kelompok, atau seseorang dalam membeli, memilih, atau menggunakan barang,

jasa, pengalaman, bahkan pengalaman dalam memenuhi keinginan hingga kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing - masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas pelayanan dan harga, sehingga untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, penyedia jasa *carwash* harus mempertimbangkan faktor-faktor tersebut dan membuat strategi pemasaran yang efektif.

Menurut Indrasari (2019), kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi yang terus berubah dan terhubung erat dengan produk, layanan, lingkungan, tenaga kerja, serta proses. Hal ini memungkinkan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan akan kualitas layanan yang diharapkan. Peneliti menemukan adanya *gap theory* pada penelitian terdahulu, dimana penelitian Fransiska & Madiawati (2022), Nasution & Lesmana (2018), Dewi & Solihin (2023) dan Tanady & Fuad (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Saputra & Ardani (2020) dan Kelvinia et al (2021) menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Konsumsi dalam Islam menitikberatkan pada istilah masalah yang berarti adanya manfaat sehingga konsumen rela melakukan apapun demi mendapatkan manfaat bagi dirinya dan lingkungan sekitar. Seperti firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah:168

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.(QS. Al-Baqarah: 168)

Selain itu, harga yang bersaing juga dapat menarik perhatian pelanggan untuk memilih jasa *carwash* tertentu. Harga merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran dan penjualan, karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (2015), harga merupakan jumlah uang atau nilai yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa yang ditawarkan oleh produsen atau penjual. Peneliti kembali menemukan adanya *gap theory* pada penelitian terdahulu, dimana penelitian Muna & Anggraini (2023), Rachmawati et al (2019), Waluya et al (2019), dan Yusuf & Sunarsi (2020) menyatakan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian Mendur et al (2021), Nasution et al (2019), dan Susanto (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Dalam bermuamalah, Islam melarang adanya diskriminasi harga ketika menentukan harga jual produk karena dapat mengakibatkan perpecahan dan penipuan. Sebagaimana hadist Nabi Muhammad SAW: “Janganlah kamu menyaingi (secara tidak sehat) penjualan saudaramu sendiri”. (HR. Bukhari dan Muslim). seperti dijelaskan disurat Al-Muthaffifin (83):1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ (١) الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (٢) وَإِذَا كَالُواهُمْ أَوْ وَزَنُواهُمْ يُخْسِرُونَ (٣)

Artinya: “Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi”. (QS. Al-Muthaffifin: 1-3)

Sakti Carwash yang terletak di Kota Binjai memiliki tempat yang strategis sehingga banyak orang yang datang untuk mengantri di sana. Terdapat 6 tenaga kerja, yang mana 4 diantaranya bertugas mencuci mobil dan 2 sebagai kasir dan penerimaan mobil masuk. Jika pelanggan terus berdatangan maka akan terjadi antrian yang menumpuk. Berikut perbandingan kualitas pelayanan dan harga dari jasa *carwash* yang berada di Binjai dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Perbandingan Beberapa Jasa *Carwash* Di Binjai

No	Nama	Harga	Fasilitas	Waktu Pengerjaan
1	Cucian Randal	Rp. 50.000	1. Cuci Luar 2. Cuci Mesin 3. Bersihkan Interior	±1 Jam
2	Cucian Sehat	Rp. 70.000	1. Cuci Luar 2. Cuci Mesin 3. Bersihkan Interior 4. Voving	40 - 50 Menit
3	Sakti <i>Carwash</i>	Rp. 50.000	1. Cuci Luar 2. Cuci Mesin 3. Bersihkan Interior	1 - 1½ Jam

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan pra-*survey* yang dilakukan peneliti mewawancari beberapa konsumen yang sedang menggunakan jasa mencuci mobil pada tanggal 16 Mei 2023, peneliti menemukan beberapa pernyataan konsumen yang mengeluhkan bahwa Sakti *Carwash* memakan terlalu banyak waktu untuk mencuci mobil, karyawan tidak cepat tanggap dalam melayani konsumen, sehingga mereka kehilangan waktunya yang berharga hanya untuk menunggu cuci mobil sehingga berdampak juga pada masalah harga yang tidak sesuai dengan pelayanan yang diberikan. Hal ini adalah hal yang cukup berbahaya menurut Indra & Nursal (2022) didalam bukunya, karena apabila kualitas pelayanan tidak sesuai ekspektasi konsumen, perusahaan akan kesulitan menjaga perilaku konsumen pelanggan untuk tetap berbelanja di toko dan membuat calon pembeli ragu.

Masalah ini diperburuk dengan adanya pengakuan konsumen yang merasa bahwa hasil yang diberikan oleh jasa Sakti *Carwash* tidak sesuai dengan harga yang dipatok oleh perusahaan. Harga yang dipatok oleh perusahaan berada diatas pasaran di Kota Binjai, sehingga enggan untuk mencoba menggunakan jasa. Zusrony (2019) didalam bukunya menyebutkan bahwa mayoritas konsumen di

Indonesia sensitif terhadap harga, jika harga terlalu mahal maka konsumen akan mencoba mencari toko atau jasa lain yang menawarkan harga dengan lebih terjangkau.

Hal ini sangat berakibat fatal jika tidak di tangani dengan cepat, yang bisa saja terjadi adalah banyak pelanggan yang pergi ke tempat cuci mobil lain yang lebih cepat, tidak membuang waktu, dan mendapatkan hasil yang sesuai dengan harapannya. Dengan memperhatikan kualitas pelayanan dan harga diharapkan dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian dalam menggunakan jasa cuci mobil dengan pelayanan terbaik dan harga yang relevan dengan jasa yang diberikan.

Berdasarkan permasalahan dan fenomena yang telah di uraikan di atas, penulis tertarik memilih Sakti Carwash Kota Binjai sebagai objek penelitian dan melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun identifikasi masalah pada penelitian ini, sebagai berikut :

1. Berdasarkan pra-survey yang dilakukan, terdapat permasalahan pada kualitas pelayanan yang diberikan, karena beberapa pelanggan mengeluhkan bahwa mereka kehilangan banyak waktu yang berharga untuk menunggu pencucian mobil yang dinilai lambat dan tidak sesuai harapan
2. Beberapa konsumen juga mengeluhkan bahwa harga yang diberikan oleh Sakti Carwash lebih mahal dari harga pasaran di Kota Binjai, sehingga mereka enggan untuk kembali ke Sakti Carwash.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan dalam latar belakang untuk memudahkan dalam pembahasan agar tidak terlalu luas dan tepat sasaran yang akan dibahas, maka penelitian ini hanya membatasi pada dua variabel independen

dan satu variabel dependen. Variabel independen adalah kualitas pelayanan dan harga, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, berikut masalah yang dapat dirumuskan :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai)?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai)?
3. Apakah kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* secara bersama-sama (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai)?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai).
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai).
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian jasa *Car Wash* secara bersama-sama (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai).

F. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat kepada :

1. Bagi Penulis

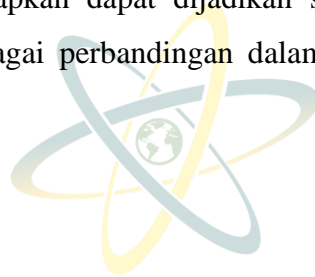
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada peneliti sehubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan menggunakan jasa *Car Wash* (Studi Kasus Sakti Carwash Kota Binjai).

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak manajemen Sakti Carwash mengenai kualitas pelayanan yang diberikan agar lebih maksimal serta harga yang sesuai dengan pelayanan sehingga dapat meningkatkan keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa layanan yang diberikan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dalam penelitian lebih lanjut dan lebih baik



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN