

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Manajemen merupakan suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan dan sebagai kemampuan untuk mendapatkan sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain. Proses tersebut bertujuan untuk mencapai sasaran secara efektif khususnya dalam meningkatkan penjualan melalui pembelian konsumen. Program pemasaran yang efektif harus mampu mempersatukan semua elemen bauran pemasaran ke dalam suatu program pemasaran terintegrasi dan terencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang tersedia. Keputusan pembelian merupakan tahapan proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, tetapi proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh gaya hidup, pendapatan, usia dan ciri kepribadiannya, harga, kualitas produk, kualitas layanan dan stimulus lainnya.

Produk yang berkualitas bagi konsumen adalah produk yang memberikan nilai, dan dari nilai yang diperoleh ini maka konsumen akan melakukan aktivitas perilaku baik pembelian, kesetiaan maupun rekomendasi pada orang lain (Sukaris et al., 2019)

Penelitian-penelitian terdahulu telah menjelaskan pentingnya harga dan kualitas layanan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya Nasution & Lesmana (2018); Adji & Chamidah (2019); Suparmon (2019) dan Rozi & Sukaris (2020). Dalam penelitian ini penelitian mereplikasi penelitian sebelumnya dengan menggunakan harga dan kualitas layanan sebagai pemberi pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga adalah biaya yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk mendapatkan sebuah produk. Harga merupakan faktor penentu keberhasilan suatu usaha. Harga dapat menjadi penentu keputusan konsumen. Harga juga dikaitkan dengan harga produk dan kesesuaian kualitas produk pesaing yang dijual di pasaran. Selain harga yang berpengaruh dalam usaha, sebuah citra dari sebuah merek yang ada di masyarakat perlu dibentuk dan dikembangkan dengan baik. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut (Kotler, 2013:151). Kualitas pelayanan merupakan sebuah kinerja berfokus terhadap upaya pemenuhan keinginan dan kebutuhan pelanggan, serta ketepatan penyampaian untuk

mengimbangi harapan pelanggan. Pemberian layanan tidak hanya berwujud tetapi juga tidak berwujud. Agar organisasi berhasil dalam jangka panjang, maka harus membuat layanan yang memenuhi kebutuhan dan keinginan penggunanya (Sukaris & Pristyadi, 2017)

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan jamaah umroh dan berakhir pada persepsi jamaah umroh. Ciri kualitas pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada jamaah adalah memiliki karyawan yang profesional, tersedia sarana prasarana yang baik, tersedia semua produk yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap jamaah dari awal hingga selesai, mampu melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi secara jelas dan memiliki pengetahuan umum lainnya, mampu memberikan kepercayaan kepada jamaah. Masing-masing perusahaan dituntut untuk meningkatkan semua aspek yang berkaitan dan berhubungan langsung dengan konsumen pengguna jasa perusahaan.

Travel Umroh merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Persaingan dalam dunia bisnis khususnya travel biro agent pariwisata terutama untuk Haji dan Umroh sudah semakin tinggi, persaingan antar perusahaan khususnya dengan konsep bisnis yang sama mengharuskan masing-masing perusahaan memiliki strategi manajemen pemasaran yang cukup handal untuk menyikapi permasalahan dan kondisi yang sedang terjadi.

Pada saat ini tingginya minat masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan sarana transportasi khususnya untuk perjalanan umroh menjadikan bisnis jasa tersebut

banyak diminati oleh para pembisnis sehingga untuk dapat memenangkan pasar persaingan bisnis yang ada, para produsen harus dapat melakukan berbagai strategi.

Kegiatan pelaksanaan ibadah umrah mempunyai berbagai proses prosedur yang harus dipersiapkan dan diperhatikan, misal biaya transportasi, penyediaan perlengkapan ibadah, dan pengurusan dokumen. Dalam proses ibadah umroh tersebut memiliki standar operasional selama ibadah umrah ditanah suci adalah akomodasi, hotel, transportasi selama pelaksanaan ibadah, konsumsi, kesehatan, pendamping atau Tour Leader selama pelaksanaan kegiatan ibadah, serta Mutawif atau pembimbing ibadah umrah hingga pada tahap proses kepulangan ke Tanah Air.¹² Salah satu perusahaan travel Umroh yang ada di Indonesia adalah mabruro tour and travel.

PT. Mabruro Tour And Travel merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa perjalanan Umroh dan Haji. Mabruro berdiri sejak tahun 1997. Mabruro melayani perjalanan Haji dan Umrah untuk masyarakat Indonesia. Mabruro mempunyai visi dan tujuan penting yaitu memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan layanan yang berkualitas dan berstandar tinggi.

Pada observasi yang pernah penulis lakukan di PT. Mabruro Tour And Travel ini memiliki daya tarik sebagai biro perjalanan wisata umroh yang banyak diminati oleh konsumen. Penulis menjadikan PT. Mabruro Tour And Travel sebagai objek penelitian karena perusahaan tersebut memiliki pemimpin yang dapat mengerti akan kebutuhan jamaah. PT. Mabruro Tour And Travel insyAllah selalu amanah untuk melayani jamaah mulai dari tahap pendaftaran, latihan manasik, manasik ditanah suci,

hingga kembali lagi ke tanah air dengan sebaik-baiknya. Dalam hal ini, para jamaah umroh membutuhkan suatu pelayanan yang terbaik dari sebuah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan ibadah umroh yang dapat membantu para jamaah dalam menjalankan ibadahnya.

Berikut disajikan data penjualan PT. Mabruro Tour And Travel dari tahun 2017-2019 pada Tabel 1.1 di bawah ini :

Tabel 1.1
Data Penjualan PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik

| No | Tahun | Umroh | Haji Plus | Total |
|----|-------|-------|-----------|-------|
| 1 | 2017 | 300 | 15 | 315 |
| 2 | 2018 | 258 | 18 | 276 |
| 3 | 2019 | 297 | 23 | 320 |

Sumber: PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 Dari tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah konsumen Mabruro Tour And Travel adalah fluktuatif dari tahun 2017-2019. Pada tahun 2017 sebesar 315, pada tahun 2018 sebesar 276 dan pada tahun 2019 sebesar 320.

Mabruro Tour And Travel merupakan biro perjalanan umroh dan haji yang berusaha memberikan pelayanan terbaik dalam melaksanakan perjalanan ibadah umroh dan haji serta mampu melancarkan pelaksanaan ibadah umroh. Melihat jumlah jamaahnya yang semakin meningkat salah satunya karena di Mabruro Tour And Travel tersebut memberikan suatu pelayanan yang baik dan memuaskan bagi jamaah umroh. Pelayanan yang dilakukan bukan hanya pelayanan administrasi yang dilakukan di kantor tersebut, melainkan pelayanan dalam pelaksanaan ibadah umroh dimulai dari fasilitas yang disediakan, pelayanan sebelum pemberangkatan hingga pelayanan ketika sudah kembali ke tanah air.

Pemilihan jenis produk yang dipasarkan dapat menentukan penetapan harga. Harga yang dipasarkan oleh Mabruro Tour And Travel relatif standart. Tinggi rendahnya harga berdasarkan kualitas yang diberikan oleh Mabruro Tour And Travel. Pada umumnya, harga yang ditawarkan oleh Mabruro Tour And Travel disesuaikan dengan kondisi dari pihak Arab Saudi. Penyesuaian tersebut berdasarkan biaya hotel dan pesawat terbang.

Penetapan harga dilakukan atas dasar pertimbangan faktor di luar pengendalian perusahaan. Mabruro Tour And Travel memiliki strategi diskon yang diberikan kepada konsumen ketika mendaftar dalam jumlah banyak atau ada event tertentu. Di mabruro tour and travel memiliki empat paket umrah yaitu sebagai berikut di tabel 1.2:

Tabel 1.2
Daftar Paket Umrah Di Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik

| No | Jenis Kamar | Emerald (9 hari) | Saphire (9 hari) | Ruby (13 hari) | Diamon (9 hari) |
|----|-------------|------------------|------------------|----------------|-----------------|
| 1 | Doubel | 22.500.000 | 29.500.000 | 35.999.000 | 35.900.000 |
| 2 | Tripel | 21.500.000 | 28.500.000 | 34.999.000 | 34.900.000 |
| 3 | Quad | 20.500.000 | 27.500.000 | 32.999.000 | 33.900.000 |

Sumber: PT. Mabruro tour and travel

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, penulis menyadari bahwa masyarakat muslim di Indonesia membutuhkan suatu pelayanan yang baik oleh Travel Umroh khususnya Mabruro Tour And Travel dan pengaruhnya dalam keputusan memilih biro perjalanan umroh atas pelayanan yang diberikan oleh PT. Mabruro Tour And Travel, pada dasarnya produk dari sebuah perusahaan travel adalah sebuah jasa, karena perusahaan memasarkan sebuah jasa yang berupa pelayanan, oleh karena itu

PT. Mabruro Tour And Travel harus memberikan sebuah pelayanan yang baik dan maksimal kepada jamaah atau konsumen pengguna jasa travel.

Berdasarkan informasi yang penulis dapatkan, penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Mabruro Tour And Travel”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik?
3. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat diketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik.

3. Untuk menganalisis pengaruh merek terhadap keputusan pembelian paket umroh dan haji di PT. Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Mabruro Tour And Travel Cabang Gresik

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat kebijakan dan digunakan sebagai dasar untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Bagi Akademisi

Dapat mengetahui dan memecahkan masalah mengenai pengaruh yang terjadi antara harga, kualitas layanan dan merek terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu mengenai keputusan pembelian yang diberikan oleh perusahaan sebagai referensi dalam bidang marketing khususnya bagi peneliti selanjutnya.

