

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menetapkan standard suatu pelayanan maka diperlukan suatu aturan atau pedoman dalam menetapkan standard tersebut. ISO (*International Organization for Standardization*) merupakan suatu organisasi pembuat standard dimana peran utamanya adalah untuk menetapkan standard yang dapat dipergunakan oleh negara-negara anggota, menjadi standard internasional. Salah satu standard sistem manajemen mutu yang telah berkembang di negara-negara yaitu ISO 9001. Standard ini merupakan sarana atau sebagai alat untuk dapat mencapai tujuan mutu dalam menerapkan standard suatu kualitas yang berlaku dan diharapkan mampu menjawab perkembangan globalisasi ini dimana tujuan akhirnya adalah mencapai efektifitas dan efisiensi suatu organisasi.

ISO 9001 adalah sistem manajemen mutu dan merupakan persyaratan sistem manajemen yang paling populer di dunia. ISO 9001 juga merupakan sertifikasi yang berorientasi pada layanan pelanggan dan standard manajemen mutu yang di adopsi pada tahun 2000 oleh *International Organization for Standardization* (ISO)

ISO 9001:2015 merupakan standard terbaru dari ISO 9001 yang menggantikan versi sebelumnya, yaitu ISO 9001:2008. Model proses ISO terbentuk dari urutan *input, process, output* yang didasarkan pada siklus PDCA (ISO). Perubahan ada pada versi terbaru ISO, yaitu peninjauan lebih mendalam terhadap lingkungan dan konteks organisasi serta pemikiran berbasis resiko. ISO 9001:2015 tidak hanya memperhatikan pelanggan, tetapi juga lingkungan dari organisasi untuk meningkatkan ketahanan dan keberlanjutan organisasi terhadap perubahan.^[4]

ISO 9001:2015 terdiri dari 10 klausul, dimana klausul 1-3 merupakan klausul pembuka sedangkan 4-10 merupakan klausul isi. Klausul 1-3 terdiri dari lingkup penerapan, istilah dan definisi dari ISO 9001:2015. Klausul 4-10 merupakan klausul persyaratan yang harus dipenuhi oleh organisasi untuk dapat mengimplementasikan ISO9001:2015

Setiap produk yang dihasilkan atau layanan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan perlu memiliki karakteristik tertentu sehingga bisa diterima oleh penggunanya. Dalam sistem manajemen mutu, ini disebut juga dengan “persyaratan”. Jika produk ingin diterima oleh pelanggan, harus memenuhi syarat-syarat tertentu seperti bentuknya, ukurannya, beratnya, bahannya, warnanya, kekuatannya, desainnya, penggunaannya dan lain-lain.

Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Kualitas produk juga merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing dipasar. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan konsumen akan memberikan peluang untuk mengetahui dan memahami apa yang menjadi kebutuhan dan harapan yang ada pada persepsi konsumen. Maka, perusahaan penyedia produk dapat memberikan kinerja yang baik untuk mencapai kepuasan konsumen melalui cara memaksimalkan pengalaman yang menyenangkan dan meminimalisir pengalaman yang kurang menyenangkan konsumen dalam mengkonsumsi produk^[1]

Proses pengambilan keputusan adalah tahap di mana konsumen memutuskan suatu produk yang dinilainya sudah paling baik, sehingga memunculkan niat dalam diri konsumen untuk membeli produk tersebut. Sebelum mengambil keputusan, konsumen akan mengenali kebutuhannya ketika menghadapi permasalahan. Setelah itu, konsumen mulai mencari informasi yang dibutuhkan mengenai produk yang diinginkannya. Dari proses pencarian informasi tersebut, konsumen akan melakukan evaluasi alternatif, yakni proses mengevaluasi pilihan produk serta merek, dan kemudian memilihnya sesuai keinginan serta kebutuhan konsumen. Jika sudah menemukan produk yang dirasa tepat, konsumen

akan melakukan keputusan pembelian. Umumnya, konsumen akan membeli produk yang paling disukai. Dalam hal ini, ada dua faktor yang muncul antara niat serta keputusan pembelian, yaitu sikap orang lain serta situasi yang tidak diharapkan terjadi. Seusai memutuskan membeli produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Informasi inilah yang dapat menjadi acuan bagi perusahaan untuk melihat apakah produk atau jasanya sudah memuaskan konsumen atau belum.^[12]

Berdasarkan latar belakang diatas, maka disusunlah penelitian dengan judul **“Pengaruh ISO 9001:2015 Terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel *Intervening* Kualitas Produk (Studi Kasus pada PT Sinar Surya Tangerang)”**

1.2 Rumusan masalah

1. Apakah ISO 9001:2015 dapat mempengaruhi kualitas produk pada PT. Sinar Surya Tangerang?
2. Apakah Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Sinar Surya Tangerang?
3. Apakah ISO 9001:2015 berpengaruh pada keputusan pembelian produk pada PT. Sinar Surya Tangerang?
4. Apakah ISO 9001:2015 dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui kualitas produk pada PT. Sinar Surya Tangerang

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah ISO 9001:2015 dapat mempengaruhi kualitas produk pada PT. Sinar Surya Tangerang
2. Untuk mengetahui apakah Kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Sinar Surya Tangerang
3. Untuk mengetahui apakah ISO 9001:2015 berpengaruh pada keputusan pembelian produk pada PT Sinar Surya Tangerang
4. Untuk mengetahui apakah ISO 9001:2015 dapat mempengaruhi keputusan pembelian melalui kualitas produk pada PT. Sinar Surya Tangerang

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh ISO 9001:2015 terhadap keputusan pembelian dan dampaknya pada kualitas produk PT. Sinar Surya Tangerang dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen atau customer dalam pembelian kabel dengan syarat minimal pernah membeli satu kali tanpa Batasan barang yang dibeli.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar mempermudah pembahasan, skripsi ini akan dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah yang akan diteliti, tujuan penelitian yang ingin dicapai, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori yang berkaitan dengan ISO 9001:2015, kualitas produk, dan keputusan pembelian

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan penyelesaian masalah dengan langkah-langkah yang digambarkan dalam diagram alir dari tahap awal penelitian sampai dengan metode penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian.

BAB IV PEMBAHASAN DAN ANALISA

Pembahasan mengenai pengolahan data yang diperoleh kemudian dianalisa sehingga menjadi pembahasan pada penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan disertai dengan saran.