BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini perkembangan industrii dii Indonesia sedangi mengalamii peningkatan yang sangat besar termasuk pada industri smartphone. Semua golongan masyarakat dari bawah sampai ke atas tua maupun muda dapat menggunakan smartphone dalam berbagai keperluan, baik untuk urusan bisnis, keluarga, atau keperluan lainnya. Kini industri smartphone menjadi salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional.

Tingginya kebutuhan konsumen akan alat komunikasi smartphone membuat usaha store phone menjadi meningkat, tidak hanya di kota besar tapi juga diberbagai wilayah, usaha yang menyediakan berbagai jenis smartphone dan berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan media komunikasi menjadi salah satu usaha yang menjanjikan. Hal ini pun tentu saja menciptakan peningkatan jumlah persaingan dengan jenis usaha sejenis, untuk itu memperhatikan bagaimana keputusan pembelian konsumen menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan.

Pada Ar Store Phone teluk panji, peneliti menilai bahwa tingkat keputusan pembelian konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari tingkat pembelian yang tidak mengalami peningkatan yang signifikan setiap bulannya, konsumen yang datang ke Ar Store merupakan konsumen yang berdomisili diwilayah sekitar, konsumen memberikan penilaian bahwa keberadaan Ar store yang mempermudah konsumen karena Ar store phone

merupakan toko hp dengan kelengkapan yang baik, akan tetapi keberadaan Ar store yang jauh dari perkotaan membuat jumlah konsumen yang datang tidak mengalami peningkatan.

Fenomena pemanfaatan media sosial pada ar store phone yaitu media sosial digunakan belum maksimal, Ar store phone tidak memaksimalkan penggunaan media sosial sebagai bahan promosi untuk menjangkau konsumen yang lebih banyak lagi. Didalam memasarkan produk, penggunaan media sosial menjadi cara paling efektif untuk memberikan informasi kepada konsumen yang lebih jauh lagi, peneliti menilai bahwa ar store phone harus lebih memanfaatkan media sosial dengan efektif dan efisien untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada ar store.

Fenomena mengenai citra merek pada ar store adalah konsumen menilai bahwa produk yang disediakan oleh ar store merupakan produk dengen kualitas yang standart dan tidak memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan store phone lainnya. Citra merek adalah persepsi, keyakinan, dan asosiasi yang terbentuk di benak konsumen tentang suatu merek, berdasarkan pengalaman, informasi, dan interaksi mereka; ini mencerminkan gambaran mental yang dimiliki konsumen, membedakannya dari pesaing, dan memengaruhi keputusan pembelian mereka melalui kualitas, keunikan, reputasi, serta kepribadian merek.

Peneliti menilai bahwa kurangnya penggunaan media sosial membuat konsumen kurang memberikan penilaian secara online, diera modern seperti saat sekarang ini konsumen cenderung melakukan berbagai aktifitas pembelian secara online. Untuk itu melihat review konsumen secara online merupakan suatu cara

yang efektif untuk menentukan keputusan pembelian. Kurangnya pemanfaatan media sosial pada ar store phone membuat konsumen tidak dapat melihat review konsumen secara online dengan maksimal sehingga penjualan yang dilakukan tidak berkembang dengan optimal.

Didalam upaya peningkatan keputusan pembelian pada ar store phone, memperhatikan bagaimana hal yang akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sangat penting untuk diperhatikan, peneliti menilai bahwa didalam upaya peningkatan keputusan pembelian konsumen pada ar store yaitu dapat melakukan pemanfaatan media sosial yang lebih efektif, meningkatkan citra merek berbagai produk yang disediakan dan memperhatikan bagaimana review konsumen secara online. Hal ini dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada ar store phone.

Dari penjabaran fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN REVIEW ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA AR STORE PHONE TELUK PANJI".

B. Batasan dan PerumusanMasalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Citra Merek Dan Review Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ar Store Phone Teluk Panji

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Secara parsial bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji?
2. Secara parsial bagaimana pengaruh citra merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji?
3. Secara parsial bagaimana pengaruh review online (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji?
4. Secara simultan bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial (X_1), citra merek (X_2) dan review online (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji
2. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh citra merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji
3. Untuk mengetahui secara parsial bagaimana pengaruh review online (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji

4. Untuk mengetahui secara simultan bagaimana pengaruh pemanfaatan media sosial (X_1), citra merek (X_2) dan review online (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Ar Store Phone Teluk Panji

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

   Penelitian diharapkan mampu menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti didalam mengetahui ilmu pemasaran yang berkaitan dengan variable penelitian.

2. Bagi Konsumen

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan pengetahuan mengenai berbelanja secara online dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi sesuai variabel penelitian.

3. Bagi Peneliti lain

   Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dan bahan acuan didalam melakukan penelitian selanjutnya, baik dari segi penulisan maupun isi penelitian guna meningkatkan kualitas penelitian di masa mendatang.