

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis, manajemen pemasaran berperan penting dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen serta menciptakan strategi yang efektif untuk menarik minat konsumen. Manajemen pemasaran mencakup berbagai aspek, seperti pengembangan produk, penetapan harga, promosi, dan distribusi, yang semuanya bertujuan untuk meningkatkan daya saing suatu usaha. Dalam konteks toko ritel seperti Toko Sinar Remaja Rantauprapat, manajemen pemasaran yang baik dapat membantu toko menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian, (Nurhaliza, 2023).

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat, toko ritel harus mampu beradaptasi dengan berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu toko yang berusaha mempertahankan eksistensinya di tengah kompetisi adalah Toko Sinar Remaja Rantauprapat, yang bergerak di bidang penjualan berbagai produk kebutuhan masyarakat, (Charviandi et al., 2023). Keberhasilan suatu toko dalam menarik pelanggan sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, di antaranya variasi produk, harga, persepsi konsumen, dan kualitas pelayanan.

Dalam praktiknya, manajemen pemasaran yang efektif harus mampu mengelola strategi pemasaran yang tepat agar mampu menciptakan nilai bagi suatu

pelanggan. Misalnya, toko dapat melakukan promosi yang menarik, memberikan diskon pada produk tertentu, atau meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik. Dengan pendekatan pemasaran yang terencana, toko tidak hanya dapat meningkatkan angka penjualan tetapi juga membangun loyalitas pelanggan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, memahami keterkaitan antara manajemen pemasaran dan keputusan pembelian sangat penting bagi keberhasilan suatu bisnis, (Jumiono et al., 2024).

Grand theory yang sejalan untuk penelitian ini adalah Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*). Teori ini menjelaskan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis, (Dewi et al., 2023). Dalam konteks Toko Sinar Remaja Rantauprapat, keputusan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh variasi produk yang ditawarkan, harga yang bersaing, persepsi konsumen terhadap toko, serta kualitas pelayanan yang diberikan. Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan atau toko dalam merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan memahami bagaimana konsumen berpikir, mempertimbangkan, dan akhirnya mengambil keputusan untuk membeli, toko dapat menyesuaikan strategi pemasaran mereka guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen, (Harahap, 2022).

Menurut Arfah (2022) keputusan pembelian adalah proses di mana konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum akhirnya memilih untuk membeli suatu produk atau jasa. Faktor-faktor seperti variasi produk, harga, persepsi konsumen, dan kualitas pelayanan menjadi elemen utama dalam

memengaruhi keputusan ini. Konsumen cenderung memilih toko yang menawarkan

produk beragam dengan harga yang sesuai dengan ekspektasi mereka, (Rahmah & Subqi, 2024). Selain itu, persepsi positif yang terbentuk dari pengalaman sebelumnya serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh toko juga menjadi faktor kunci dalam menentukan apakah seorang pelanggan akan melakukan pembelian ulang atau beralih ke pesaing. Berikut ini adalah laporan penjualan pada bulan Januari-Desember 2024 dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut ini:

Gambar 1.1
Laporan Penjualan Pada Bulan Januari-Desember 2024



Sumber : Toko Sinar Remaja Rantauprapat, 2025

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa masih terjadi fluktuasi pada data penjualan Toko Sinar Remaja Rantauprapat selama satu tahun 2024 yang menunjukkan pola yang dipengaruhi oleh momen-momen tertentu. Penjualan cenderung meningkat signifikan pada bulan April-Mei, yang bertepatan dengan Lebaran, serta di bulan Desember saat Natal dan Tahun Baru, mencapai puncak tertinggi sebesar Rp130 juta. Sebaliknya, terjadi penurunan setelah periode

tersebut, seperti di bulan Juni dan Juli, yang disebabkan oleh berkurangnya daya beli pasca lebaran. Selain itu, penjualan kembali mengalami kenaikan bertahap menjelang akhir tahun, terutama pada bulan November dengan adanya persiapan liburan dan promo akhir tahun. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat, seperti diskon atau promosi di bulan-bulan dengan penjualan rendah, dapat membantu menjaga stabilitas omzet sepanjang tahun. Bagi Toko Sinar Remaja Rantauprapat

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi atau bahan masukan tambahan bagi perusahaan yang menyangkut pengaruh variasi produk, harga, persepsi konsumen dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sinar Remaja Rantauprapat.

a. Bagi Universitas Labuhan Batu

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi untuk penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan pengaruh variasi produk, harga, persepsi konsumen dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sinar Remaja Rantauprapat.