

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Pengambilan keputusan pembeli dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri keperibadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian. Istilah keputusan pembelian dapat diartikan sebagai perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang dan jasa yang ditawarkan tersebut. Sebagai tindakan pengambilan keputusan yang meliputi keputusan tentang jenis dan manfaat produk, keputusan tentang bentuk

produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjualannya, dan keputusan tentang waktu pembelian serta cara pembayarannya.

Untuk melakukan pembelian berdasarkan kebutuhan dan keinginan dengan variasi produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen merupakan suatu hal yang penting, pengalaman konsumen saat melakukan proses pembelian akan menentukan konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak.

Ada beberapa factor yang menjadi dasar keputusan konsumen untuk berbelanja diantaranya adalah promosi online. Promosi online di Indonesia sudah mulai dikenal sejak fasilitas internet mulai muncul, akan tetapi belanja dengan onlineakhir-akhir ini semakin menjadi trend dan dikenal masyarakat terutama yang memiliki smartphome android, belanja online dapat dilakukan dengan cara menginstal aplikasi belanja online terlebih dahulu kemudian mulai melakukan transaksi.

Para pemilik usaha Toko juga berusaha mempengaruhi calon konsumen dengan cara melakukan promosi yang menarik dan mudah di mengerti konsumen. Kegiatan promosi dapat dilakukan dengan banyak cara salah satunya adalah dengan periklanan baik di media cetak, televisi maupun media sosial. Periklanan merupakan kegiatan yang wajib dilakukan oleh setiap perusahaan apabila ingin bersaing dengan perusahaan lain dalam berbagai industri, jumlah konsumen dari waktu ke waktu semakin meningkat terutama kaum millennial, selain itu periklanan dapat memacu peningkatan penjualan.

Internet atau media sosial dapat digunakan untuk kegiatan periklanan karena dianggap lebih mudah diakses, apalagi di era digital saat ini dimana aktifitas mudah dilihat serta dipantau melalui media sosial. Promosi merupakan salah satu aspek penting dalam dunia pemasaran dan sering dikatakan sebagai proses yang berkelanjutan. Pemilihan cara promosi yang tepat akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk.

Konsep promosi online dapat diartikan sebagai kegiatan promosi yang dilakukan dengan menggunakan media internet, seperti instragram, facebook dan whatsapp. Oleh karena itu Promosi online dapat didefinisikan sebagai suatu cara memperkenalkan suatu produk kepada konsumen dengan menggunakan media sosial seperti facebook, whatsapp, twitter, instagram dan aplikasi jual beli seperti shopee, buka lapak, tokopedia dan lain-lain yang ada di smartphone atau internet.

Promosi online memang memudahkan bagi perusahaan untuk memasarkan produknya, berdasarkan pengamatan penulis di Toko Eki Jaya dan menanyakan langsung kepada beberapa orang konsumen menyatakan bahwa mereka sangat tertarik menggunakan media online untuk melihat produk yang dipromosikan oleh Toko Jaya karena mereka sudah mengetahui berbagai produk yang tersedia di Toko Eki Jaya sehingga memudahkan mereka untuk mempersiapkan jumlah uang yang harus dibawa ke Toko untuk berbelanja.

Ada beberapa fakta masalah yang terjadi dari promosi online yang digunakan oleh Toko Eki Jaya, banyak dari konsumen yang belanja online mengeluhkan karena kesalahan teknis yang kerap kali dirasakan, mulai dari

pengiriman yang tidak sesuai dengan jadwalnya, sampai transaksi yang sulit. Masalah lainnya adalah koneksi internet, jaringan internet yang baik menjadi komponen yang cukup penting saat Anda memilih promosi online. Tanpa pendukung ini usaha Anda tidak akan berjalan dengan lancar dan maksimal. Jadi kestabilan koneksi juga wajib untuk di jaga sebagai prioritas dalam menjalankan promosi. Pernah disekitar Toko Eki jaya jaringan sangat tidak stabil, mengakibatkan pelanggan sangat susah untuk memesan pakaian. Selain itu ternyata memasarkan pakaian melalui online membuat orderan bertambah, pernah Toko Eki Jaya kewalahan melayani konsumen yang berbelanja karena orderan tidak sesuai dengan ketersediaan barang.

Selain promosi online, variasi produk juga menjadi faktor penting bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Sangat banyak desain pakaian yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen, tetapi tidak semua desain sesuai dengan keinginan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera berbeda dalam memilih desain produk pakaian yang ingin dibelinya.

Variasi produk yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Tidak hanya variasi produk yang berkaitan dengan jenis produk dan lini produk, kualitas produk, desain produk, kemasan produk, merek produk, ukuran produk, pelayanan terhadap konsumen dan jaminan perlu untuk diperhatikan dengan serius oleh perusahaan dalam beranekaragam produk. Semakin banyaknya berbagai bentuk produk yang dijual perusahaan, konsumen merasakan sensasi kepuasan sehingga konsumen ingin membeli produk-produk tersebut.

Variasi produk dapat mengatasi kejenuhan konsumen dan juga dapat memberikan kesempatan bagi konsumen dalam membandingkan dan membedakan suatu produk yang akan dibeli. Dengan banyaknya variasi produk konsumen Toko Eki Jaya dengan mudah memilih produk yang diinginkan dengan puas. Variasi produk di Toko Eki Jaya diantaranya berupa, Pakaian wanita, laki-laki dewasa, anak-anak. Dengan variasi produk tersebut konsumen bisa membandingkan produk yang akan dibelinya sesuai harga dan merek produk tersebut.

Hasil pengamatan penulis di Toko Eki Jaya salah satu faktor yang menyebabkan pelanggan tertarik memutuskan untuk membeli adalah variasi produk yang tersedia. Konsumen sangat antusias dan bersemangat apabila berkaitan dengan produk yang bervariasi.

Bagi perusahaan yang bergerak dibidang bisnis, kualitas pelayanan (service quality) menjadi suatu hal yang penting. Pelayanan yang berkualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan (service quality) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka

kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Pertimbangan pelayanan berkaitan dengan kualitas yang pantas sehingga dapat memuaskan keputusan pembelian konsumen berkunjung dan sesuai dengan kualitas lainnya, namun tidak menimbulkan kerugian terhadap perusahaan.

Pelanggan Toko Eki Jaya pernah merasakan kurangnya kualitas pelayanan yang mereka terima sehingga pelanggan banyak yang mulai jarang untuk berbelanja. Kualitas pelayanan ini jauh berbeda dari beberapa waktu yang lalu, terutama diawal bukanya toko Eki Jaya. Bahkan ada beberapa pelanggan atau konsumen yang sudah tidak berbelanja lagi ke Toko tersebut dikarenakan kualitas pelayanan sudah menurun. Namun pemilik toko Eki Jaya cepat tanggap akan situasi itu dan merubah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan. Banyak perusahaan bangkrut karena mematok harga tidak cocok. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan perekonomian konsumen, agar konsumen dapat membeli barang tersebut. Sedangkan bagi konsumen, harga merupakan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian. Karena harga suatu produk mempengaruhi persepsi konsumen mengenai produk tersebut.

Persepsi harga memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pelanggan untuk membeli produk, masih ada sedikit bukti empiris mengeksplorasi hubungan ini. Hal ini merupakan salah satu faktor yang kurang diperhatikan oleh

perusahaan, sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk tersebut dan akan merasa tidak puas setelah membeli atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Persepsi konsumen tentang harga produk di Toko Eki Jaya menilai harga yang ditetapkan oleh Toko Eki Jaya tepat dan sesuai dengan daya beli mereka, maka pemilihan suatu produk tertentu akan dijatuhkan pada produk tersebut. Konsumen menerima harga produk yang dipatok karena bisa dijangkau. Oleh karena itu saat ini Toko Eki Jaya menetapkan beberapa strateginya, terutama yang berkaitan dengan harga seperti memberikan diskon yang dicantumkan pada produknya. Hal tersebut dilakukan agar mampu mendatangkan konsumen lebih banyak lagi.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul : “ **Pengaruh Promosi Online, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Toko Eki Jaya** “.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas, peneliti membuat batasan-batasan. Penelitian ini hanya mengenai Promosi Online, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan persepsi Harga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Pakaian di Toko Eki Jaya.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan pada identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a) Apakah promosi online (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian di Eki Jaya Desa Cinta Makmur ?
- b) Apakah variasi produk (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian di Toko Eki Jaya Desa Cinta Makmur ?
- c) Apakah kualitas pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian di Toko Eki Jaya Desa Cinta Makmur ?
- d) Apakah persepsi harga (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan (Y) pembelian di Toko Eki Jaya Desa Cinta Makmur ?
- e) Apakah promosi online (X_1), variasi produk (X_2), kualitas produk (X_3) dan persepsi harga (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian di toko Eki Jaya Desa Cinta Makmur ?

C. Tujuan Penelitian

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi online terhadap keputusan pembelian di toko Eki Jaya.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian di toko Eki Jaya.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Eki Jaya.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian di toko Eki Jaya.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi online, variasi produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian di toko Eki Jaya

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi pengusaha, sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kegiatan promosi, menambah variasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan dan persepsi harga, sehingga konsumen akan membuat keputusan untuk membeli di Toko tersebut.
2. Bagi penulis, merupakan pengalaman, informasi dan wawasan baru yang berharga sekaligus sebagai sarana latihan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

3. Bagi kalangan akademis, sebagai referensi atau tambahan perbendaharaan pengetahuan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.