

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi merupakan era dimana banyak mengalami perubahan yang sangat signifikan, mulai dari perubahan pola hidup hingga pola pikir manusia yang lebih berkembang kearah yang lebih maju. Kemajuan pada era globalisasi merupakan era digital dimana teknologi sangat berpengaruh terhadap aktifitas yang dilakukan oleh manusia, dampaknya adalah banyak hal yang menjadi lebih mudah dan lebih cepat untuk dikerjakan.

Perkembangan tersebut memberikan dampak yang sangat besar bagi pola hidup manusia, dimana pada saat sekarang ini media komunikasi juga menjadi hal yang sangat mendukung aktifitas manusia. Alat komunikasi pun beradaptasi dengan perkembangan zaman yang terjadi, pada saat sekarang ini handphone menjadi salah satu media komunikasi yang sangat erat hubungannya dengan berbagai aktifitas manusia. Handphone menjadi alat komunikasi yang tidak hanya digunakan sebagai alat bertukar kabar namun juga digunakan untuk berbagai hal lainnya seperti mencari informasi dan berbagai hal yang mempermudah aktifitas keseharian.

Kemajuan tersebut menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan bagi para pelaku usaha, dimana dapat memanfaatkan berbagai kebutuhan handphone dengan membuka usaha yang berhubungan dengan hal tersebut. Ramainya pengguna handphone membuat ramai juga para pelaku usaha yang membuka usaha ponsel, ponsel merupakan suatu tempat dimana tersedia berbagai kebutuhan

yang berhubungan dengan handphone, seperti pulsa, paket, token, dan aksesoris handphone. Usaha ponsel menjadi salah satu usaha yang banyak diminat oleh pelaku usaha, mengingat pentingnya peranan handphone pada saat sekarang ini didalam menunjang berbagai macam kegiatan manusia.

Kemajuan tingkat persaingan usaha ponsel pun terjadi di Cikampak, Labuhanbatu Selatan. Banyaknya jumlah pelaku usaha yang membuka usaha sejenis yang membuat tingkat pesaingan pun menjadi lebih tinggi, salah satu usaha ponsel yang terdapat di Cikampak adalah Rahmat Cell Cikampak. Rahmat Cell Cikampak merupakan ponsel yang sudah berdiri selama tiga tahun, Rahmat Cell Cikampak menyediakan berbagai kebutuhan yang berhubungan dengan handphone, dimulai dari jual beli handphone hingga aksesoris berbagai jenis handphone.

Didalam peningkatan suatu usaha, keputusan pembelian merupakan faktor pendorong yang utama didalam meningkatkan suatu usaha. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diberikan konsumen apakah akan melakukan pembelian atau tidak, keputusan pembelian yang tinggi akan meningkatkan pendapatan suatu usaha dan secara otomatis akan memberikan dampak terhadap kembalinya konsumen sehingga akan memberikan peningkatan usaha bagi konsumen. Pelaku usaha harus memperhatikan dengan baik faktor yang menjadi alasan suatu keputusan pembelian tidak terkecuali dengan Rahmat Cell Cikampak.

Fenomena yang peneliti lihat mengenai tingkat keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Cell Cikampak adalah tingkat keputusan pembelian konsumen masih belum sepenuhnya maksimal, hal ini terlihat dari masih terdapat

konsumen yang datang namun tidak seluruh konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian, hal lain yang terlihat adalah terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa ponsel lainnya memiliki kualitas yang lebih baik bila dibandingkan dengan Rahmat Cell Cikampak, hal ini tentu saja menunjukkan bahwa masih terdapat permasalahan mengenai keputusan pembelian konsumen.

Peneliti melihat bahwa terdapat beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Rahmat Cell Cikampak yaitu melakukan marketing secara online, memanfaatkan inovasi teknologi, dan membuat persepsi yang baik antar konsumen. Jika faktor tersebut dimanfaatkan dengan baik maka akan dapat memberikan peningkatan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Marketing online merupakan salah satu cara terbaik didalam melakukan promosi terutama melalui berbagai media sosial, marketing secara online akan memberikan jangkauan promosi yang lebih besar. Peneliti menilai bahwa pada Rahmat Cell Cikampak sudah berupaya melakukan marketing secara online, hal tersebut terbukti bahwa Rahmat Cell Cikampak memiliki akun instagram yang digunakan untuk mempromosikan produk-produk yang mereka jual, promosi dilakukan secara rutin setiap waktunya. Akan tetapi fenomena yang terjadi adalah tidak seluruh konsumen aktif dimedia sosial terutama konsumen dengan tingkat usia yang sudah tua cenderung tidak dapat mengakses berbagai informasi secara online. Hal ini tentu saja menjadi permasalahan bagi Rahmat Cell Cikampak didalam melakukan marketing secara online.

Inovasi teknologi juga merupakan faktor yang akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana inovasi teknologi tersebut dapat dijadikan sebagai sarana untuk memikat para konsumen, inovasi teknologi dapat digunakan sebagai sarana promosi yang efektif bagi pengenalan produk yang dijual. Pemanfaatan inovasi teknologi dapat berupa pemasangan iklan produk, pemasangan spanduk dan juga dapat dilakukan dengan promosi melalui radio agar lebih dapat menjangkau konsumen yang tidak aktif di media sosial. Fenomena yang peneliti lihat mengenai inovasi teknologi adalah kurang maksimalnya pemanfaatan inovasi teknologi yang ada dan hanya fokus memanfaatkan satu media sosial sebagai bahan promosi.

Persepsi konsumen merupakan gambaran atau penilaian konsumen terhadap aplikasi Rahmat Cell Cikampak, peneliti melihat bahwa masih terdapat permasalahan mengenai persepsi konsumen, bahwa tidak seluruh konsumen yang memberikan penilaian yang positif, masih terdapat konsumen yang memberikan persepsi kurang puas terhadap Rahmat Cell Cikampak dimana konsumen mengatakan bahwa masih terdapat kekurangan-kekurangan Rahmat Cell Cikampak bila dibandingkan ponsel yang lain salah satunya adalah terdapat konsumen yang mengatakan bahwa harga barang pada Rahmat Cell Cikampak lebih mahal bila dibandingkan dengan ponsel lainnya.

Dari penjelasan diatas konsumen ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian "PENGARUH MARKETING ONLINE, INOVASI TEKNOLOGI DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA RAHMAT CELL CIKAMPAK"

B. Batasan dan Perumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Pengaruh Marketing Online (X_1), Inovasi Teknologi (X_2) Dan Persepsi Konsumen (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (y) Pada Rahmat Cell Cikampak

2. Rumusan Masalah

1. Apakah secara parsial marketing online (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (y) pada Rahmat Cell Cikampak?
2. Apakah secara parsial inovasi teknologi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (y) pada Rahmat Cell Cikampak?
3. Apakah secara parsial persepsi konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (y) pada Rahmat Cell Cikampak?
4. Apakah secara simultan marketing online (X_1), inovasi teknologi (X_2) dan persepsi konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (y) pada Rahmat Cell Cikampak?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah secara parsial marketing (X_1) online berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) pada Rahmat Cell Cikampak.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial inovasi teknologi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) pada Rahmat Cell Cikampak.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial persepsi konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) pada Rahmat Cell Cikampak.
4. Untuk mengetahui apakah secara simultan marketing online (X_1), inovasi teknologi (X_2) dan persepsi konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (y) pada Rahmat Cell Cikampak.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian bermanfaat untuk memberikan informasi mengenai berbagai faktor yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen didalam memutuskan keputusan pembelian.

2. Bagi Rahmat Cell Cikampak

Penelitian dapat memberikan informasi mengenai peningkatan usaha didalam upaya mengetahui bagaimana cara meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan metode online dan offline.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian ini.