

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kegiatan ekonomi dari masa ke masa semakin mengarah pada persaingan ketat khususnya untuk perusahaan yang sejenis, di mana banyak dari perusahaan memiliki kesamaan baik dari segi produk, merek serta kemasan maupun ritel usaha tersebut. Sehingga perusahaan harus selalu mengikuti *trend* atau perubahan, baik dalam bidang sosial, ekonomi, politik dan budaya. Aktivitas pemasaran berperan penting dalam dunia usaha yang berkaitan dengan orientasi perusahaan terhadap kebutuhan konsumen, di mana keadaan yang berkaitan dengan dunia usaha mengalami perubahan yang dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen yang terjadi pada lingkungan sekitar. Maka, dalam menjalankan bisnisnya perusahaan juga harus mengikuti pola perilaku pesaingnya dimana perusahaan juga dituntut untuk memiliki keunikan tersendiri yang dapat memikat konsumen dan mempertahankan pasar yang akan diraihnya.

Di era sekarang perusahaan harus menyesuaikan kebutuhan atau selera konsumennya yang terus berubah, karena sudah menjadi rahasia umum ketika ada satu perusahaan yang sukses dan meraih banyak konsumen, maka perusahaan lain dapat melakukan inovasi produk serupa dengan penyempurnaan yang mampuni sehingga dapat menjadi pesaing bagi perusahaan terdahulunya.

Dalam bisnis ritel elektronik peralatan rumah, terdapat berbagai toko modern ternama diantaranya seperti Best Denki, Electronic City, Electronic Solution, dan lain-lain. Dari setiap toko tersebut memiliki berbagai ciri khas dan keunikannya masing-masing yang dapat menjadi identitas toko tersebut. Oleh karena itu dalam persaingan bisnis, perusahaan harus memiliki berbagai strategi yang unggul dan cocok untuk dapat menyaingi kompetitornya. Strategi serta inovasi memang seyogyanya harus dilakukan secara konsisten oleh perusahaan agar dapat selalu menarik bagi konsumennya.

PT Home Center Indonesia, pemilik merek Informa yang lebih dikenal masyarakat sebagai toko furnitur dan aksesoris rumah, kini melanjutkan ekspansinya dengan membuka gerai khusus peralatan elektronik pertamanya yakni Informa Electronics pada Kamis, 5 April 2019. *Store Operation Director* Informa Daniel Trisno

mengatakan, ekspansi yang dilakukan di Living World, Alam Sutera tersebut merupakan salah satu cara Informa merespon tren yang berkembang di masyarakat. Informa Electronics menyediakan beragam produk elektronik rumah tangga bagi pelanggan. Sejumlah produk dari merek ternama hadir mulai dari produk lemari es, mesin cuci, kompor, televisi, dan lainnya. Daniel juga menambahkan bahwa Informa Electronics mengusung motto *the most complete home electronics & appliances* (Dwiwanto-artikel.rumah123.com, 2019). Informa Electronics menyediakan segala kebutuhan produk elektronik rumah tangga terlengkap berikut dengan piranti aksesorisnya.

Hingga saat ini terdapat banyak gerai Informa Electronics yang tersebar di 40 kota di Indonesia (Andri-ekonomi.bisnis.com, 2019). Salah satunya di Kota Bogor yang berlokasi di lantai 4 Gedung Informa Sukasari Bogor, Jalan Raya Padjajaran No. 21 Kelurahan Sukasari, Kota Bogor. Lokasi yang mudah diakses dengan menggunakan alat transportasi umum maupun pribadi. Disamping itu, Informa Elektronik Sukasari Bogor juga membuat strategi dalam hal promosi. Berbagai strategi yang berhubungan dengan promosi selalu dijalankan seperti diskon hingga 50% dan potongan harga langsung. Adapun gratis biaya kirim untuk minimal pembelian dan radius tertentu. Yang tujuannya adalah untuk menarik minat konsumen supaya mereka mau memutuskan untuk membeli produk di Informa Elektronik Sukasari Bogor.

Hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah faktor harga. Harga merupakan jumlah nominal yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam penerapan harga adalah biaya, keuntungan dan perubahan keinginan pasar. Dimana tinggi atau rendahnya harga yang diberikan kepada konsumen akan berpengaruh terhadap laku dan tidaknya suatu produk di pasaran. Berbanding lurus jika manfaat yang dirasakan oleh konsumen semakin tinggi, maka nilai produk tersebut juga akan semakin tinggi pula. Perilaku konsumen lainnya biasanya akan membandingkan harga yang ada di tempat lain, selanjutnya berdasarkan harga yang telah ditetapkan konsumen akan memutuskan untuk membeli produk yang sesuai dengan keinginannya.

Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi faktor yang menentukan keunggulan perusahaan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang ada. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu

indikator yang menentukan kepuasan konsumen terhadap apa yang diberikan perusahaan. Manoy, Mananeke dan Jorie (2021:315) mengemukakan jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Sebaliknya jika konsumen beranggapan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak baik, maka konsumen akan beranggapan perusahaan kurang profesional dalam memberikan layanan kepada konsumen. Ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan harus sesuai dengan ekspektasi konsumen.

Informa Elektronik Sukasari Bogor memberikan berbagai penawaran menarik seperti harga terbaik, diskon untuk pembelian produk tertentu, penawaran spesial khusus member dan lain sebagainya guna menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Disamping itu kualitas pelayanan juga selalu ditingkatkan untuk memberikan kenyamanan dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan sehingga meningkatkan loyalitas konsumen pada Informa Elektronik Sukasari Bogor. Berdasarkan data yang ada, salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen yaitu televisi, yang merupakan sarana hiburan di rumah selama masa pandemi. Dari berbagai merek yang tersedia, Sharp menjadi merek yang paling diminati oleh konsumen serta meraih penjualan tertinggi dibandingkan dengan merek lain pada setiap bulannya. Berikut adalah data penjualan televisi di Informa Elektronik Sukasari Bogor periode Januari 2020 sampai Desember 2021, sebagai berikut:

Tabel 1.1. Data Penjualan (Dalam Kuantiti)

PERIODE	TAHUN 2020	TAHUN 2021
Januari-Maret	124	140
April-Juni	199	116
Juli-September	122	119
Oktober-Desember	127	127
Total	572	502
Total Terjual	1.074	

Sumber: Informa Elektronik Sukasari, Bogor (2022)

Tabel 1.2. Data Penjualan (Dalam Persentase)

BULAN	TAHUN 2020	TAHUN 2021
Januari	87,9%	37,7%
Februari	80,6%	33,5 %
Maret	74,2%	76,7%
April	70,1%	61,1%
Mei	84,7%	53,2%
Juni	79,2%	43,3%
Juli	55,8%	33,3%
Agustus	52,9%	104%
September	62,6%	37,6%
Oktober	44,8%	41,7%
November	47,0%	39,6%
Desember	51,4%	41,3%
Rata-rata	65,9%	50,2%

Sumber: Informa Elektronik Sukasari Bogor (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa ada penurunan penjualan secara kuantiti di beberapa periode. Penurunan penjualan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya harga, promosi, lokasi, serta kualitas pelayanan yang diberikan oleh Informa Elektronik Sukasari Bogor. Sedangkan pada tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat penurunan pencapaian penjualan sebesar 15,7%. Hal ini juga terkait beberapa faktor pemasaran yang digunakan. Ketatnya persaingan bisnis dalam bidang elektronik membawa konsekuensi pengusaha ritel harus mengupayakan berbagai macam strategi untuk menarik konsumen sehingga konsumen tersebut mengambil keputusan untuk membeli produknya, terlebih dari itu harapannya konsumen dapat mengajak konsumen lainnya untuk membeli produk tersebut. Karena informasi yang diberikan konsumen ke konsumen lainnya akan berpengaruh pada keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari, Bogor**. Harapannya, dengan penelitian ini maka dapat diketahui berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Informa

Elektronik Sukasari Bogor, sehingga kedepannya dapat terus dilakukan langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan loyalitas para pelanggannya.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan di lapangan, maka beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Konsumen membandingkan harga dengan kompetitor dan merasa harga yang ditawarkan oleh Informa Elektronik Sukasari Bogor masih terbilang lebih mahal.
2. Lokasi yang berada di lantai 4, menjadikan banyak konsumen yang belum mengetahui bahwa Informa Sukasari Bogor menjual elektronik keperluan rumah, bukan hanya furnitur dan aksesoris rumah.
3. Promo diskon dan potongan harga pada periode tertentu masih membuat konsumen merasa kurang sehingga konsumen kurang berminat untuk berbelanja dan tidak memutuskan untuk membeli produk di Informa Elektronik Sukasari Bogor.
4. Layanan pesan antar yang dijadwalkan satu hari setelah pembelian membuat konsumen membatalkan pembelian.
5. Ketersediaan barang yang tidak lengkap membuat konsumen batal melakukan transaksi.

1.3. Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Informa Elektronik Sukasari Bogor menunjukkan bahwa permasalahan cukup banyak. Oleh sebab itu, penulis membatasi penelitian ini pada Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah secara simultan harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor?

2. Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor?
3. Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor?
4. Apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor?
5. Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan keputusan SHARP LED TV 32” pembelian di Informa Elektronik Sukasari Bogor?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.
2. Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.
3. Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.
4. Untuk mengetahui apakah secara parsial lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.
5. Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan keputusan pembelian SHARP LED TV 32” di Informa Elektronik Sukasari Bogor.

1.6. Manfaat Penelitian

Selaras dengan tujuan penelitian tersebut, kegiatan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis.

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi literatur bagi peneliti lain yang melakukan penelitian ataupun pengembangan hipotesis yang serupa.

2. Kegunaan Praktis.

a. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa yang akan datang.

b. Bagi Peneliti.

Sebagai sarana untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan di bidang bisnis, terutama pengetahuan tentang pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi yang ingin melakukan penelitian sebelumnya khususnya yang berkaitan dengan masalah harga, promosi, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi dalam laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penulisan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi dari buku yang berkaitan dengan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan berdasarkan hasil analisis secara lengkap mengupas berbagai fenomena dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi buku, jurnal, dan rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.