

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan zaman telah mengubah teknologi dari tahun ke tahun yang terus berkembang dan inovatif yang membuat masyarakat harus mengikuti perkembangan teknologi yang terus berkembang. Komunikasi yang zaman dahulu hanya dilakukan dengan burung merpati, lalu berkembang lagi menggunakan surat yang dikirim melalui ekspedisi, lalu berkembang lagi menggunakan telepon, berkembang lagi bisa mengirim *SMS* melalui *handphone* hingga muncullah internet yang bisa membuat semua masyarakat terhubung melalui online, masyarakat zaman sekarang bisa *chatting* online, kirim gambar dan video hingga *video call*. Dari awal komputer, *handphone*, laptop hingga tablet yang terus semakin inovatif dan berkembang, sehingga muncullah banyaknya merek produk yang ikut bersaing dalam menciptakan teknologi – teknologi terbaru dan mampu bersaing di dalam penjualan teknologi di seluruh dunia,

Masyarakat di zaman modern ini sangat bergantung dengan gadget yang saling terhubung dengan satu sama lain, sudah menjadi *lifestyle* bagi masyarakat di zaman sekarang ini. Kebanyakan masyarakat ketika bangun tidur yang pertama kali dilihat ialah gadget, ini sudah menjadi kebiasaan di era zaman modern ini. *Meeting* sudah tak harus bertemu atau bertatap muka melainkan sudah bisa dilakukan menggunakan *video conference* melalui *handphone* atau laptop yang sudah terhubung dengan internet.

Banyaknya merek produk teknologi yang dijual-belikan di seluruh dunia, semakin lama semakin terus bertambah produk – produk baru dari merek yang sudah lama bermain di dalam dunia teknologi maupun merek yang baru merintis

di dalam dunia teknologi.

Munculnya merek – merek baru yang hadir dalam penjualan pasar di dunia ini, membuat merek – merek lama harus terus membuat inovasi produk dan bisa menjaga kualitas produk dan harga yang dijual agar masyarakat bisa tetap setia dalam memilih merek tersebut. Promosi produk juga harus menarik sehingga bisa menyaingi semua merek yang ada di pasaran teknologi ini.

Ada banyak distributor / *reseller* yang menjual produk – produk teknologi seperti *handphone*, laptop, komputer, tablet dan *smartwatch* dan masih banyak produk lainnya di seluruh negara termasuk Indonesia. Salah satu kota besar seperti Surabaya juga memiliki banyak distributor / *reseller* yang menjual produk teknologi tersebut.

Reseller yang akan dibahas oleh peneliti ialah Digimap yang berada di Mall Tunjungan Plaza Surabaya. Digimap ialah *Official Apple Premium* dan *Authorized Reseller* terbesar di Indonesia yang merupakan bagian dari PT. Mitra Adiperkasa (MAP Group). Digimap menawarkan produk – produk terbaru Apple seperti Iphone, Ipad, Macbook, Imac, AirPods, Apple Tv dan aksesoris Apple. Karyawan Digimap telah dilatih untuk menjadi ahli produk – produk apple dan bersedia untuk membantu pelanggan untuk memberikan saran dan pelayanan untuk pelanggan. Pelatihan dan pelayanan IT juga tersedia yang telah diberikan oleh spesialis Apple Digimap yang bersedia untuk membantu memberikan saran dan tips penggunaan untuk mempermudah pengalaman bagi pelanggan. Digimap memiliki total 25 gerai di seluruh Indonesia.

Peneliti memilih gerai Digimap yang berada di Mall Tunjungan Plaza Surabaya karena lokasinya yang sangat strategis yang berada di dalam Mall terbesar di Surabaya. Tunjungan Plaza Surabaya ini tak pernah sepi pengunjung meskipun di hari kerja tetap ramai pengunjung karena lokasi Tunjungan Plaza Surabaya berada di Surabaya Pusat dan kebanyakan orang Surabaya selalu

pergi ke Mall Tunjungan Plaza Surabaya.



Gambar 1.1 Foto Luar Digimap

Sumber : Diambil dari foto penulis

Selain terkenal dengan produk – produknya Apple, keunggulan Digimap yang lain ialah kebersihan lokasi, terlihat rapi dan bersih baik tata susunan barang maupun letak banner promosi yang diatur secara rapi membuat pelanggan merasa nyaman. Bahasa dan sikap karyawan di Digimap sangat baik dan ramah dalam melayani pelanggan, dan memberi solusi kepada pelanggan tentang produk Apple serta promosi yang ditawarkan dari karyawan Digimap membuat pelanggan menjadi tertarik untuk membeli produk karena mendapatkan diskon harga yang lebih murah. Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia yang dikutip dari *American Marketing Association (AMA)* (2016:3) "Pemasaran ialah kegiatan, rangkaian intuisi, serta tahap menyampaikan, menciptakan, mengkomunikasikan, juga mempertukarkan tawaran yang bernilai untuk mitra, klien, pelanggan, dan masyarakat umum."

Digimap menawarkan pembayaran bisa melalui *cash* / tunai dan kartu kredit (bisa split kartu sesuai limit kartu kredit) dengan bunga 0% cicilan 6 / 12 bulan menggunakan kartu kredit tertentu. Selain itu jika pelanggan ingin membeli produk Digimap tanpa harus datang ke Mall Tunjungan Plaza Surabaya pun bisa membelinya lewat *website* resmi Digimap dan pelanggan bisa mendapatkan gratis

pengiriman dari Digimap.

Gambar 1.2 Foto Gadget Apple di Digimap



Sumber : Diambil dari foto penulis

David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134), menjelaskan, ada 8 dimensi dalam kualitas produk memiliki yakni :

1. Kinerja (*performance*) ialah karakteristik operasi utama dari produk dasar yang dibeli.
2. fitur tambahan (*features*), yaitu fitur sekunder atau tambahan.
3. Reliabilitas (keandalan) yang kecil kemungkinannya akan rusak atau di gunakan.
4. Opini spesifikasi, ialah sejauh mana karakteristik juga desain operasi memenuhi standar yang sudah ditetapkan.
5. Daya tahan lama produk bisa di gunakan.
6. Kemudahan Servis (*service*); Termasuk kompetensi, kenyamanan, kecepatan, kemudahan perbaikan dan penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*esthetics*), ialah daya tarik produk pada panca indera.
8. Persepsi Kualitas, ialah reputasi dan citra produk juga tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Peneliti telah melakukan survey pendahuluan terhadap 30 orang yang pernah mengunjungi Digimap Tunjungan Plaza Surabaya. Dari hasil wawancara, didapatkan hasil bahwa sebanyak 10 orang menyatakan bahwa kualitas produk

menjadi faktor utama alasan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, dikarenakan kualitas yang ditawarkan Digimap ialah original, bergaransi dan stock yang terbaru selalu ada. Sebanyak 9 orang menyatakan bahwa lokasi juga menjadi alasan konsumen dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap, lokasi yang strategis dan bersih membuat pelanggan menjadi nyaman. Sebanyak 6 orang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya, jadi konsumen rela mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli produk Gadget Apple di Digimap. Sebanyak 5 orang menyatakan bahwa promosi, harga dan pelayanan pelanggan menjadi alasan konsumen dalam mengambil keputusan, dikarenakan pelayanan yang ramah, bisa memberikan solusi tentang produk Apple, bisa memberikan promosi yang menarik dengan adanya promo diskon sehingga harganya menjadi lebih murah membuat pelanggan menjadi tertarik dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap.

Dari wawancara diatas maka hal yang mempengaruhi keputusan dalam memilih Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya ialah kualitas, produk, dan promosi. Dengan kualitas produk yang original, stock selalu terbaru, bergaransi, harga yang cukup terjangkau, promosi yang menarik dan suasana bersih, rapi dan nyaman yang ditawarkan membuat Digimap lebih disukai konsumen. problem yang dihadapi Digimap ialah dengan kian bertambahnya saingan distributor / *reseller* teknologi yang semakin bertambah maka menjadi fenomena menarik untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ini.

Dengan melihat hal yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan, maka peneliti berharap dapat membuktikan bahwa terdapat beberapa hal yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya sehingga peneliti memberikan judul penelitian : "Pengaruh Kualitas, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya”.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini ialah :

1. Apakah kualitas berdampak terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah promosi berkaitan terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah produk berdampak pada keputusan pembelian?
4. Apakah kualitas, promosi dan produk berhubungan secara simultan pada keputusan pembelian?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini di lakukan bertujuan untuk mengetahui :

1. Apakah kualitas mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Apakah promosi mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya.
3. Apakah produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Apakah kualitas, promosi dan produk mempengaruhi secara simultan keputusan konsumen dalam membeli produk Gadget Apple di Digimap Tunjungan Plaza Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berharap dengan diadakannya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi :

1. Bagi Pemilik *Reseller* / Distributor Gadget

Penelitian ini bertujuan sebagai sumber informasi pada pemilik

reseller / distributor gadget tentang faktor yang memengaruhi tingkah laku konsumen saat menentukan *reseller* / distributor gadget sehingga pemilik *reseller* / distributor gadget mengetahui apa yang paling diinginkan oleh konsumennya.

2. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini ialah untuk memperluas pengetahuan, khususnya pada bidang pemasaran juga sebagai media latihan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan penulis dalam bidang ekonomi manajemen khususnya manajemen pemasaran.