

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi saat ini membuat kita banyak pilihan tentang transportasi yg sesuai dengan kebutuhan kita, syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (*reasonable*). Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak sebaliknya. Perusahaan yang memahami bagaimana konsumen akan bereaksi terhadap berbagai bentuk produk, harga, daya tarik iklan yang berbeda dan sebagainya, akan mempunyai keuntungan besar atas para pesaingnya (Setiadi, 2003:2). Suku cadang atau sparepart adalah suatu alat yang mendukung pengadaan barang untuk keperluan peralatan yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan.

Sektor UKM memang memiliki andil yang cukup besar dalam menggerakkan roda perekonomian di negeri ini. Oleh karenanya perusahaan akan lebih serius dengan pemberian arahan tentang cara melakukan promosi terbaik, menentukan harga dipasar dan menentukan produk yang akan dijual. Walau mempunyai

pangsa pasar yang besar di dalam dan luar negeri, sektor UKM memiliki banyak kendala. Selain masalah permodalan dan *skill*, kendala lainnya berupa kurangnya promosi yang efektif. Ironis sekali ketika banyak usaha kecil yang mengalami gulung tikar dikarenakan kurangnya promosi sehingga sepi order, padahal produknya tidak kalah dalam mutu dan *market share*nya tinggi.

Agar promosi lebih efektif, sebaiknya pemasang iklan mempunyai *website* atau *blog* yang menjelaskan tentang produk yang dijual atau dihasilkan. *Website* atau *blog* diibaratkan sebuah toko yang ber-etalase yang memajang barang dagangan sehingga mudah dilihat orang. Tapi jangan khawatir, ini bisa dibuat melalui *blog* gratisan tapi *powerfull* seperti *wordpress* atau *blogspot*. Sehingga *negeriads.com* solusi berpromosi merupakan suatu solusi pemasaran yang cepat, cerdas dan efektif.

Dalam dunia bisnis, kualitas produk dapat menarik minat tersendiri di kalangan konsumen. Misalnya dalam PT *Unilever* yang menjaga kualitas produknya melalui kemasan yang dapat melindungi produk mulai dari rantai distribusi hingga ke konsumen. Dari segi material, *Unilever* biasanya menggunakan sejumlah bahan mulai dari plastik hingga material kaca.

Sedangkan dari segi bentuk *Unilever* menyediakan kemasan yang bervariasi mulai dari kemasan berbentuk jar, botol dan tube. Selain memperhatikan materi kemasan, *Unilever* juga rutin melakukan evaluasi dan update terhadap desain kemasan agar produk tetap relevan dan bisa diterima masyarakat. Selain itu, *Unilever* juga kerap melakukan *category extension* dan *line extension*. Hal tersebut dapat dilihat dengan banyaknya merek produk Unilever dengan jenis produk yang sama. Sebagai andalan tunggal dalam kategorinya, *Unilever* selalu mampu untuk membangun merek yang kuat

melalui diferensiasi yang sulit ditandingi oleh pesaingnya. Selain mempertahankan kualitas produk, *Unilever* juga menerapkan strategi penetapan harga yang dapat dibilang menjadi pemimpin di harga terendah. Hebatnya produk *Unilever* yang memiliki harga terendah masih dianggap mempunyai kualitas terbaik. Terlebih dengan keunggulan strategi penetapan harga *Unilever* dapat menerapkan harga yang sama di seluruh Indonesia.

Strategi promosi juga dilakukan *Unilever* untuk lebih mengenalkan produknya di kalangan konsumen. Upaya yang dilakukan yaitu dengan menggunakan berbagai platform untuk dapat menembus media yang beragam atau dengan kata lain periklanan produk di berbagai media. Dalam banyak kasus, program promosi terutama periklanan selalu menghabiskan anggaran dana yang cukup besar. Namun hal tersebut tidak menjadi masalah bagi *Unilever*, karena untuk membangun merek hal tersebut harus dilakukan oleh pemasar agar dapat mempertahankan para pelanggannya. Saat ini tentu iklan semua produk *Unilever* baik di media cetak maupun media elektronik sangat mudah untuk ditemui. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa produk *Unilever* mampu bertahan sebagai pemimpin pasar dalam jangka waktu yang lama. Selain itu, banyak perusahaan baru yang menawarkan berbagai produk dengan menerapkan strategi pemasaran yang bermacam-macam guna menarik perhatian calon konsumen untuk menggunakan produknya, terutama pemasaran di dunia digital. Banyak perusahaan yang mempromosikan produk dan perusahaannya lewat berbagai media digital dengan konten yang bervariasi. Konten tersebut berisi berbagai kelebihan dari produk yang dimiliki oleh perusahaan.

Dengan menawarkan produk melalui berbagai media iklan, diharapkan perusahaan nantinya dapat memperoleh keuntungan dari apa yang telah dilakukan sebelumnya dalam upaya mempromosikan produk. Seperti yang sudah kita ketahui sebelumnya, bahwa seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi sekarang ini banyak *online shop* yang bermunculan di berbagai kalangan, mulai dari remaja hingga kalangan orang dewasa. Barang yang ditawarkan juga bervariasi, mulai dari makanan, perlengkapan rumah tangga, lifestyle, otomotif, elektronik dan lain-lain. Semua barang tersebut dijual secara online melalui website, akun media sosial dan toko online diberbagai marketplace.

Berdasarkan uraian diatas, kualitas produk, harga dan promosi mempunyai daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk dapat mengetahui keputusan pembelian pada *marketplace Shopee*. Salah satu faktor yang menarik minat beli konsumen yaitu kualitas produk. Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas maka reputasi perusahaan akan meningkat sehingga perusahaan akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan, bahkan tidak menutup kemungkinan bahwa produk dapat berekspansi di pasar global. Selain itu dengan meningkatkan kualitas produk, perusahaan juga akan mendapatkan kesempatan untuk mewujudkan *cost reduction* yang berarti perusahaan mampu melakukan kegiatan produksi dengan efektif dan efisien. Apabila produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan maka jumlah barang cacat dapat ditekan sekecil mungkin (*zero waste*).

Loyalitas pelanggan juga dapat diperoleh perusahaan apabila meningkatkan kualitas produknya karena konsumen peduli terhadap kualitas

barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Dunia bisnis maupun perusahaan dituntut untuk mempunyai sarana informasi yang dapat menunjang kegiatan bisnisnya, terutama perkembangan teknologi dalam bidang pemasaran agar produk mereka tetap dikenal konsumen sehingga memunculkan minat beli masyarakat. Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menarik konsumen yaitu dengan menetapkan harga produk yang dapat merangsang respon pasar. Harga produk diharapkan dapat membuat calon konsumen menggunakan suatu produk dan meninggalkan produk pesaing yang sejenis. Melalui kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan, tentu bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam melakukan transaksi pembelian guna mencapai keuntungan sesuai dengan apa yang diharapkan.

Promosi menjadi peranan penting dalam strategi pemasaran perusahaan. Di dalam perusahaan, pemasaran harus terdapat minimal lima tugas pokok. Pertama, menemukan dan mengembangkan ide mengenai produk baru dan peluang untuk mendapatkan pasar baru. Kedua, mengevaluasi setiap peluang pasar baru, untuk dapat mengetahui kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan dalam memanfaatkan peluang tersebut. Ketiga, mengembangkan perencanaan strategi pemasaran yang disusun untuk setiap usaha baru, dan memaparkan produk, harga, distribusi dan strategi promosi serta taktik yang digunakan. Keempat, bertanggung jawab untuk menerapkan setiap perencanaan di pasar sasaran. Kelima, mengevaluasi hasil yang terus berkembang serta melakukan tindakan perbaikan bila diperlukan dan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan selanjutnya apabila perusahaan tidak dapat bertahan lebih lama. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memutuskan untuk menggunakan variabel kualitas produk sebagai salah satu variabel bebas untuk mengetahui

keputusan pembelian. Peneliti memilih variabel kualitas produk pada *marketplace Shopee* dikarenakan ditemukannya indikasi bahwa beberapa toko yang menjual produknya di *marketplace Shopee* mempunyai kualitas produk yang kurang memuaskan atau tidak sesuai dengan apa yang dituliskan pada deskripsi tersebut.

1.2 Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Jamal Motor?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Jamal Motor ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Jamal Motor ?
4. Apakah kualitas produk, promosi, dan harga produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Jamal Motor ?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan Membeli di Toko Jamal Motor
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan Membeli di Toko Jamal Motor
3. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap kepuasan Membeli di Toko Jamal Motor

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko Jamal Motor

1.4 Manfaat Penelitian

Dilakuskanya penelitian ini, maka ada manfaat yang di harapkan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan bidang manajemen pemasaran pada khususnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Manfaat bagi Penulis

Penelitian ini dapat mengetahui sejauh mana teori-teori yang pernah diperoleh selama waktu kuliah yang dapat diterapkandalam praktek.

- b. Manfaat bagi STIE Mahardhika Surabaya

Sebagai informasi bahan studi lebih lanjut bagi yang ingin mengadakan penelitian yang berkaitan dengan topik ini serta memberikan sumbangan pembendaharaan karya tulis ilmiah di perpustakaan.

- c. Manfaat bagi Masyarakat

Untuk memperluas pegetahuan serta wawasan tentang kajian ilmiah tertentuberdasarkan teori yang bisa dan telah di uji kebenarannya, serta sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.