

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam dunia pemasaran perusahaan harus mampu untuk memberikan apa yang sebenarnya diinginkan oleh para konsumen, dengan perhatian ini maka akan memberikan nilai positif tambahan bagi perusahaan sehingga tidak akan kalah dengan persaingan pasar. Yang diinginkan oleh konsumen akan selalu menjadi target bagi konsumen, pengaruh itu akan memberikan dampak sebagai minat pembelian dari konsumen, bisa melalui penawaran harga, desain produk, kualitas dan lain lain macam nya, hal ini membutuhkan manajemen pemasaran yang efektif agar pelanggan merasa suka kepada barang atau bantuan jasa yang tersedia. Seperti pendapat dari Kinneer dan Taylor (Fitria, 2018) menyatakan bahwa minat beli adalah salah satu unsur dalam bersikap menggunakan dan pilihan seorang konsumen untuk dapat menentukan pertimbangan pendapat sebelum membuat keputusan pembelian produk atau jasa tersebut.

Hobi masyarakat kini tidak hanya dapat dilihat melalui kegiatan, tapi juga dapat dilihat melalui suatu barang atau produk yang mereka kumpulkan sehari hari. Konsumen yang memutuskan untuk membeli buku akan sangat memperhatikan beberapa variabel kualitas produk yang akan sangat mempengaruhi penilaian serta minat dari membeli, semakin berkualitas suatu buku maka buku tersebut akan semakin di minati dan juga nilai dari perusahaan atau toko yang menawarkan produk tersebut dapat mempertahankan nilai positif nya dalam masyarakat. Konsumen memutuskan pembelian yang melibatkan harga, desain dan kualitas. Konsumen tidak akan hanya memikirkan keputusan melalui

kualitas dan modelnya saja, tapi juga berapa pengeluaran uang yang harus dibayarkan agar dapat ilmu dari buku yang akan mereka beli.

Menurut hasil penelitian lapangan di Gramedia Royal Plaza Surabaya dengan cara wawancara kepada beberapa konsumen sebagai sumber penelitian mengungkapkan bahwa minat pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat didukung oleh beberapa variabel seperti harga, desain dan kualitas dari buku tersebut meskipun ada yang berpendapat negatif dari salah satu variabel yang ditanyakan.

Harga menjadi dasar keputusan pembelian bagi konsumen sebelum membeli produk atau jasa yang mereka inginkan, karena dalam masyarakat atau konsumen harga atau uang masih merupakan hal yang sensitif dalam kehidupan konsumen. Menurut Bashu Swastha (dalam Nasution dkk, 2020) harga merupakan nilai nominal dari suatu barang atau jasa yang dikeluarkan agar pelanggan dapat mempunyai dan memakai manfaat dari barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen tersebut.

Sebagian konsumen Gramedia Royal Plaza Surabaya dari beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka tidak keberatan dengan nilai harga dari buku yang dibelinya. Hal ini dipengaruhi karena konsumen tersebut ingin mengetahui, penasaran, dan ingin membaca buku yang menurut mereka terlihat menarik serta dari kualitas buku yang baik, ada juga yang beranggapan negatif bahwa beberapa konsumen merasa terbebani dengan harga buku yang ditawarkan oleh Gramedia Royal Plaza Surabaya tersebut sehingga konsumen memerlukan pertimbangan yang matang sebelum melakukan pembelian. pertimbangan matang ini merupakan jawaban dari pemikiran konsumen, sesuai

pendapat konsumen, saat konsumen sedang memikirkan suatu harga, jika harga buku tersebut tidak cocok untuk para konsumen, maka para konsumen akan mencatat nama buku tersebut dan pergi mencari buku dengan judul sepadan tetapi dengan biaya dibawah harga sebenarnya.

Desain menjadi salah satu penunjang dalam perencanaan dan penyampaian komunikasi oleh perusahaan ataupun pengenalan suatu barang yang disampaikan dari pihak perusahaan. Menurut Kotler dan Keller (2017:396) mengungkapkan bahwa desain produk adalah sebuah hasil dari ketelitian bahkan detail fitur yang dapat memberikan pengaruh kepada produk dengan cara dilihat, dirasakan dan berguna manfaat dari produk tersebut bagi konsumen.

Sedangkan menurut hasil penelitian dilapangan mengungkapkan bahwa rata rata konsumen akan melihat buku dari desain cover yang menarik, cover yang menarik tersebut sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa konsumen sebagai narasumber mengatakan bahwa desain cover yang menarik dapat menarik minat dan perhatian dari konsumen karena mereka merasa tertarik dengan bagusnya desain cover buku yang di sajikan di Gramedia Royal Plaza Surabaya. Rasa penasaran ini tercipta karena sejatinya seorang manusia atau makhluk hidup mempunyai insting untuk mengetahui dan mencoba suatu hal yang baru yang membuat mereka tertarik, hal ini adalah penyebab rasa penasaran muncul. Narasumber berkata bahwa desain cover adalah penentu pertama untuk memilih suatu buku sebelum mereka kemudian melihat kualitas dan setelahnya adalah harga dari buku tersebut.

Kualitas produk adalah suatu elemen yang berisi pendukung dari suatu produk atau jasa tersebut, biasanya terdiri dari kelengkapan fitur manfaat

pendukung, kerapian, ketelitian, pemeliharaan dan berbagai keinginan konsumen yang di jadikan satu dalam sebuah produk. Menurut Wijaya (2018:9) mengatakan bahwa kualitas adalah suatu penilaian pasar dan juga konsumen terhadap gabungan dari semua komponen karakter sesuai harapan konsumen dari produk atau jasa tersebut.

Konsumen menunjukkan bahwa kualitas buku yang telah di berikan oleh Gramedia Royal Plaza Surabaya telah memenuhi standart sesuai keinginan konsumen dengan standart buku buku yang di jual terlihat bersih dan rapi dan tanpa kekurangan sama sekali dari sisi kualitas.

Minat pembelian adalah suatu respon otak yang memberikan pilihan terhadap hasil keputusan dan perbandingan yang telah di lakukan konsumen kepada barang atau bantuan yang menarik bagi mereka yang menyatakan apa pelanggan tersebut akan tertarik atau tidak tertarik kepada barang atau jasa tersebut. Menurut Rahmat (2018:161) menyatakan bahwa minat adalah suatu perhatian yang di berikan oleh seseorang pada sesuatu yang diikuti oleh keinginan ingin mengetahui maupun memiliki sesuatu yang dapat membuatnya tertarik tersebut.

Beberapa konsumen menyatakan bahwa mereka minat untuk membeli pembelian di Gramedia Royal Plaza Surabaya sesuai dengan harga, desain dan kualitas buku yang ditawarkan, menurut para konsumen yang telah di wawancara, mereka mengatakan bahwa harga, desain dan kualitas buku disana terkesan dengan penilaian baik dari konsumen dan akan merekomendasikan Gramedia Royal Plaza Surabaya sebagai saran tempat yang bagus untuk membeli buku yang bagus dan bermutu.

Melalui wawancara yang dilakukan sebelumnya, hal ini membawa ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian pada topik ini, dan ingin mengetahui bahkan mengerti lebih dalam tentang hasil penelitian, oleh sebab itu ditetapkan untuk menyelidiki tentang **“Pengaruh Harga, Desain, dan Kualitas Buku Terhadap Minat Pembelian Konsumen Di Gramedia Royal Plaza Surabaya”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

1. Apakah harga, desain dan kualitas buku dapat mempengaruhi minat pembelian dari konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya?
3. Apakah desain berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya?
4. Apakah kualitas berpengaruh terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari harga, desain, dan kualitas buku terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap minat pembelian buku pada konsumen di Gramedia Royal Plaza Surabaya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dari penelitian ini yaitu diharapkan agar hasil pengamatan membawa pengaruh dan juga pengertian kepada pihak yang membutuhkan dari kegiatan sehari hari yang secara simultan secara sadar maupun tidak di sadari dilakukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari harinya, baik untuk bertahan hidup ataupun sebagai kepuasan diri.

1. Aspek akademis

Secara akademis, diharapkan agar penelitian ini dapat membantu bagi akademik atau secara kemahasiswaan untuk dapat membantu dalam kepentingan perpustakaan sebagai bahan acuan untuk pengamatan selanjutnya di masa yang akan datang.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan

Secara pengembangan ilmu pengetahuan, diharapkan agar penelitian ini memberikan kepentingan akan kesadaran tindakan maupun kehidupan sehari hari yang mengandung ilmu pengetahuan.

3. Aspek praktis

Aspek praktis dipengamatan ini, peneliti berharap siapapun yang membaca penelitian ini agar dapat memiliki kemudahan berfikir dalam menentukan tindakan serta keputusan dalam kehidupan sehari hari, karena kehidupan ini penuh dengan tanda tanya.