

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan internet membawa dampak besar bagi kehidupan manusia. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi yang sebenarnya merupakan alat bentuk/ekstensi kemampuan diri manusia. Dewasa ini, telah menjadi sebuah kekuatan yang justru membelenggu perilaku dan gaya hidup kita sendiri. Dengan daya pengaruhnya yang sangat besar, karena ditopang pula oleh sistem - sistem sosial yang kuat, dan dalam kecepatan yang makin tinggi, teknologi telah menjadi pengaruh hidup manusia.

Perkembangan teknologi memang sangat diperlukan. Setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia. Kemajuan teknologi saat ini membawa suatu perubahan yang cepat dalam suatu kehidupan manusia dengan tanpa batas dan lebih efektif. Salah satu dampak kemajuan teknologi adalah dengan kehadiran masyarakat informasi (information society). Aktivitas komunikasi dapat terlihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia yaitu sejak dan bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada malam hari. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa persentase waktu yang digunakan dalam proses komunikasi adalah sangat besar, berkisar antara 75% - 90% dan jumlah waktu kegiatan. Waktu yang digunakan dalam proses komunikasi tersebut 5% digunakan untuk menulis, 10% untuk membaca, 35% untuk berbicara, dan 50% untuk mendengar (Suprpto, 2011:2). Perkembangan kebutuhan gadget sekarang ini sangat banyak dan beragam jenisnya.

Setiap harinya gadget dan perangkat lainnya habis banyak terjual untuk digunakan oleh banyak user sekarang ini. Di zaman serba teknologi sekarang ini kebutuhan gadget adalah salah satu kebutuhan utama pada saat sekarang ini. Baik anak sekolah, pengusaha dan lainnya memang sangat membutuhkan perangkat gadget yang satu ini mulai dari smartphone, komputer, laptop dan lainnya.

Semakin canggih zaman maka semakin banyak gadget yang akan digunakan tentunya apalagi sekarang ini semakin banyaknya aplikasi canggih yang berkembang dan terus berkembang pesat maka semakin banyak pula orang yang ingin memilih dan menggunakannya untuk kebutuhan dalam mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkannya setiap harinya. atribut-atribut pendukung lainnya. Pelanggan saat ini dihadapkan dengan berbagai macam pilihan produk yang sama, jika perusahaan tidak memperhatikan aspek yang diinginkan oleh pelanggan tersebut, bukan tidak mungkin pelanggan akan beralih ke produk pesaing.

Dari sekian banyak toko yang menjual smartphone peneliti memilih Erafone sebagai objek penelitian, Erafone menjual berbagai macam produk dengan berbagai macam merek dan dengan harga yang jauh lebih murah. merupakan satu-satunya online retail smartphone, gadget, IOT dan aksesoris pendukungnya di Indonesia yang memberikan pengalaman belanja online aman dan nyaman dengan jaminan orisinalitas serta garansi resmi untuk semua produk yang dijual dari berbagai merek ternama seperti Apple, Samsung, Xiaomi, Huawei, Oppo, Vivo, Nokia, Asus, Realme, Honor, Smartfren, DJI, GoPro, Garmin, JBL dan masih banyak lagi.

Untuk menghadapi persaingan antar toko retail yang semakin ketat, sekarang ini telah dikembangkan dalam berbagai konsep pelayanan konsumen dengan tujuan untuk mempertahankan konsumen. Untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumen maka perusahaan perlu menjaga citra positif dimata masyarakat, untuk mempertahankan citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, Harga, kualitas pelayanan, dan ketertiban keamanan. karena apabila pelayanan dilakukan dengan baik maka pelanggan akan senang apa bila sebuah perusahaan terus menjaga pelayanan yang ia miliki dan juga mau berinovasi untuk meningkatkan kualitasnya dan juga dengan harga yang terjangkau , jika pelanggan sudah senang dan merasa nyaman membeli produk karena pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau maka pelanggan tersebut akan loyal dan mau membeli berulang kali, tapi jika pelayanan dan harga di toko tersebut tidak baik dan memuaskan serta tidak melakukan suatu inovasi atau perubahan dan sebaliknya perusahaan pesaing melakukan pelayanan dan harga lebih baik dan melakukan sebuah inovasi dan menarik minat pelanggan untuk membeli maka sudah dipastikan toko tersebut akan ditinggalkan

pelanggan setia nya. Harga sebuah produk juga merupakan aspek penting yang diperhatikan konsumen. Harga produk yang murah dan berkualitas baik menjadi pilihan konsumen dalam membeli sebuah produk.

Persaingan toko retail smartphone ini semakin tajam, kita tahu bahwa selama ini banyak perusahaan retail gadget besar yang menjadi saingan erafone seperti inilah tantangan bagi erafone agar menarik minat beli konsumen untuk terus menguasai pasar retail gadget.

Pelayanan prima atau layanan unggulan pada konsumen itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada nasabah dan kesiapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meningkatkan kesan kepada nasabah sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk menjadi rekan bisnis dengan baik. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seluruhnya dari seorang karyawan kepada konsumen. Pelayanan prima atau layanan unggul itu sendiri adalah bagaimana memberikan layanan maksimal kepada konsumen dan kesigapan dalam mengatasi permasalahan yang muncul secara profesional. Pelayanan ini kemudian akan meninggalkan kesan kepada konsumen sehingga mereka akan seterusnya datang kembali untuk berbisnis. Pelayanan prima mencerminkan pendekatan seutuhnya dari seorang karyawan kepada konsumen. Setiap perusahaan memerlukan pelayanan prima, yang dimaksud dengan pelayanan prima adalah, suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.

Harga merupakan senilai uang yang harus dibayarkan konsumen kepada penjual untuk mendapatkan barang atau jasa yang ingin dibelinya. Oleh sebab itu, harga pada umumnya ditentukan oleh penjual atau pemilik jasa. Harga merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran yang berperan penting karena dapat memberikan pendapatan bagi perusahaan. Namun dapat berubah dengan cepat. Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Harga menjadi salah satu elemen yang paling penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Harga merupakan satu satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya seperti produk, distribusi, promosi menyebabkan timbulnya biaya pengeluaran.

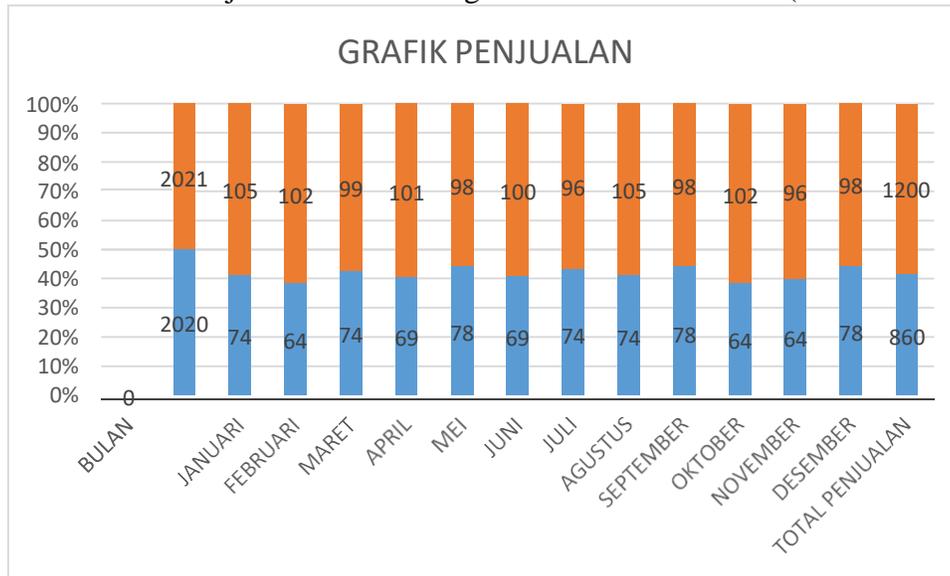
Tabel 1.1

Tingkat Penjualan Erafone Megastore Tambun Bekasi

| BULAN | JUMLAH PENJUALAN | |
|------------------------|------------------|-------------|
| | 2020 | 2021 |
| JANUARI | 74 | 105 |
| FEBRUARI | 64 | 102 |
| MARET | 74 | 99 |
| APRIL | 69 | 101 |
| MEI | 78 | 98 |
| JUNI | 69 | 100 |
| JULI | 74 | 96 |
| AGUSTUS | 74 | 105 |
| SEPTEMBER | 78 | 98 |
| OKTOBER | 64 | 102 |
| NOVEMBER | 64 | 96 |
| DESEMBER | 78 | 98 |
| TOTAL PENJUALAN | 860 | 1200 |

Sumber : Erafone Mega Store Tambun Bekasi (2021)

Gambar 1.1
 Grafik Penjualan Erafone Mega Store Tambun Bekasi (2020 – 2021)



Terlihat dari sumber *Erafone Mega Store Tambun Bekasi* ini bahwa Erafone Mega Store Tambun Bekasi sudah memperlihatkan eksistensi nya dalam kenaikan tingkat penjualan retail gadget diantara tahun 2020 hingga 2021 mengalami kenaikan penjualan sebesar 34% dengan persentase tahun 2021 yaitu 860 dan tahun 2021 yaitu 1200. Dengan demikian penjualan perusahaan mengalami kenaikan penjualan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas peneliti tertarik untuk meneliti penelitian dengan judul **Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Erafone Mega Store Tambun Bekasi.**

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh peneliti sebagai berikut:

1. Banyaknya persaingan perusahaan retail gadget yang membuat konsumen lebih memperhatikan lagi pelayanan dan harga suatu produk.
2. Kurangnya pelayanan terhadap customer sehingga berpotensi kepada kurangnya minat beli konsumen.
3. Banyaknya komplain yang dilakukan oleh pelanggan terhadap pelayanan di Erafone Megastore Tambun Bekasi.
4. Kurangnya promosi yang dilakukuan pihak Erafone Megastore Tambun Bekasi.
5. Harga yang terlalu tinggi

1.3. Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di Erafone menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup signifikan. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka peneliti membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu peneliti membatasi penelitian ini hanya pada Pengaruh Pelayanan Prima Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Erafone Mega Store Tambun Bekasi.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1 Apakah secara parsial pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi?
- 2 Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi?
- 3 Apakah secara simultan pelayanan prima dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi?

1.5 Tujuan Penelitian

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

- 1 Untuk mengetahui apakah secara parsial pelayanan prima berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi.
- 2 Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi.
- 3 Untuk mengetahui apakah secara simultan pelayanan prima dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Erafone Mega Store Tambun Bekasi.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan perusahaan untuk bahan pertimbangan dan saran guna meningkatkan produktifitas perusahaan.
2. Membantu pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang

manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan pelayanan prima, harga dan minat beli konsumen.

3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan 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 DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada 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 tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.