

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, diiringi dengan meningkatnya tingkat persaingan. Dalam situasi persaingan yang sangat ketat ini, setiap perusahaan dituntut untuk menjadi yang terbaik, baik dalam mempertahankan eksistensinya maupun dalam mengembangkan usahanya. Untuk menghadapi tantangan ini setiap bisnis perlu memiliki strategi yang unik guna menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam upaya mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan penjualan, perusahaan harus mampu menarik perhatian konsumen dan memahami kebutuhan serta keinginan mereka, sehingga konsumen merasa terdorong untuk membeli produk yang ditawarkan.

Persaingan bisnis industri elektronik semakin ketat seiring dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk-produk elektronik. Konsumen kini lebih selektif dalam memilih produk dan layanan yang ditawarkan oleh berbagai toko elektronik. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan keputusan pembelian. Salah satu toko yang beroperasi dalam industri ini yaitu Toko Vin's *Electric*, yang menawarkan berbagai macam produk elektronik dengan berbagai merek dan harga yang kompetitif.

Dalam dunia bisnis, keputusan pembelian konsumen di pengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yaitu harga, promosi dan kualitas pelayanan. Faktor harga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih produk elektronik, mengingat harga yang ditawarkan oleh setiap toko bisa bervariasi tergantung pada merek dan spesifikasinya. Konsumen cenderung mencari produk dengan harga yang paling sesuai dengan anggaran mereka tanpa mengorbankan kualitas. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan menarik pelanggan.

Selain harga, promosi juga menjadi salah satu faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian. Promosi yang efektif, seperti diskon, *cashback*, atau program loyalitas, dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk di suatu toko. Semakin menarik strategi promosi yang diterapkan, semakin besar kemungkinan konsumen akan memilih berbelanja di toko tersebut di bandingkan dengan pesaing.

Faktor lain yang juga sangat penting yaitu kualitas pelayanan. Pelayanan yang baik seperti keramahan staff, kecepatan dalam memproses transaksi, serta kemampuan memberikan informasi produk yang jelas dan akurat, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan suatu toko yang cenderung kembali untuk melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan toko tersebut kepada orang lain.

Dalam beberapa waktu terakhir, Toko Vin's *Electric* mengalami penurunan tingkat penjualan. Di mana data penjualan Toko Vin's *Electric* dari tahun 2022 sampai 2024, terlihat adanya *fluktuasi* dalam jumlah penjualan.

Beberapa faktor yang diduga menjadi penyebab utama permasalahan ini antara lain harga produk yang kurang kompetitif, strategi promosi yang belum optimal, serta kualitas pelayanan yang masih perlu di tingkatkan. Oleh karena itu, diperlukan suatu penelitian untuk menganalisis bagaimana harga, promosi dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian pelanggan Toko Vin's *Electric*.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

- 1) Harga produk yang dianggap kurang bersaing dibandingkan dengan kompetitor, sehingga pelanggan cenderung memilih alternatif yang lebih terjangkau.
- 2) Strategi promosi yang belum efektif dalam menarik minat dan menjangkau pelanggan potensial oleh sebab itu, di perlukan pendekatan pemasaran yang lebih inovatif dan tepat sasaran.
- 3) Kualitas pelayanan yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pelanggan, sehingga dapat berdampak pada tingkat kepuasan dan loyalitas mereka.

1.3 Batasan Masalah

- 1) Penelitian ini akan di fokuskan pada analisis strategi pemasaran yang di terapkan oleh toko Vin's *Electric* dalam konteks persaingan di industri elektronik.
- 2) Fokus penelitian akan mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, yaitu harga, promosi dan kualitas layanan.
- 3) Peneliti tidak akan membahas aspek lain dari bisnis Toko Vin's *Electric*, seperti manajemen operasional atau aspek keuangan.

1.4 Rumusan Masalah

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

- 1) Apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 2) Apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 3) Apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 4) Apakah secara simultan harga, promosi, kualitas pelayanan memengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Vin's *Electric*?

1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 2) Mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 3) Mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Vin's *Electric*?
- 4) Mengetahui apakah secara simultan harga, promosi dan kualitas pelayanan memengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian di toko Vin's *Electric*?

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi acuan dan sumber wawasan bagi Toko Vin's *Electric* dalam mengoptimalkan strategi harga, promosi dan kualitas pelayanan guna meningkatkan keputusan pembelian pelanggan.
- 2) Bagi penulis, studi ini memperkaya pemahaman dan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran, khususnya faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

- 3) Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi atau landasan informasi bagi penelitian lebih lanjut yang berfokus pada strategi pemasaran dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di industri elektronik.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna memenuhi lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini di kelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dari defenisi 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, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisi data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasa 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 objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah di gunakan dalam menyusun penelitian ini.