

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis di Indonesia saat ini sedang dalam perkembangan yang pesat, para pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk memajukan usahanya. Hal ini membuat para pelaku bisnis dituntut untuk memahami para konsumennya, untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumennya, apa selera konsumennya, dan bagaimana mengambil keputusan yang tepat, sehingga perusahaan dapat memproduksi barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan para konsumen. Semakin ketatnya persaingan bisnis saat ini, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan yang memproduksi barang sejenis, membuat perusahaan harus selalu berinovasi dan bergerak dengan cepat untuk menarik para konsumen. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha bisnis harus mempunyai kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang sedang terjadi dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembelian agar dapat berhasil menjalankan usahanya. Dewasa ini pebisnis memandang pemasaran global untuk realisasi potensial komersial mereka. Dalam era globalisasi ini salah satu cara untuk memperkenalkan produk dan memasarkannya adalah dengan memanfaatkan media elektronik maupun internet. Dalam beberapa tahun terakhir, internet muncul dan berkembang pesat sebagai salah satu metode entri pasar luar negeri yang efektif. Saat ini telah banyak perusahaan yang memanfaatkan internet untuk keperluan memasarkan produknya dalam pasar global.

Thomas Trikasih Lembong (2017) selaku Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) , kehadiran e-commerce bisa mendukung pelaku usaha memasarkan barang atau jasanya lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya dalam jumlah yang sangat besar.

Ketua Asosiasi E-commerce Indonesia (IDEA) Aulia E. Marinto (2017) mengatakan bisnis online mengalami pertumbuhan sangat pesat tahun ini. Menurut Aulia, pasar e-commerce di Indonesia diperkirakan akan meningkat di

2020. Senada dengan hal tersebut, Gubernur Bank Indonesia Agus Martowardojo (2017) memperkirakan jumlah uang yang dibelanjakan masyarakat di bisnis online mencapai Rp 75 triliun per tahun. Hal ini disebabkan adanya pergeseran pola belanja masyarakat, dari toko ritel ke belanja online.

Dalam usaha mengalokasikan uang untuk konsumsi, konsumen akan dihadapkan pada proses membuat keputusan terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus mencapai kepuasan. (Basuki Pujoalwanto, 2014:152).

Keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yg terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian (Swastha, 2007:68).

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan membeli merupakan suatu kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu atau kelompok dalam pemilihan alternatif perilaku yang sesuai dari dua alternatif perilaku atau lebih dan dianggap sebagai tindakan yang paling tepat dalam membeli dengan terlebih dahulu melalui tahapan proses pengambilan keputusan.

PT. Sale Stock Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menjual pakaian wanita berkualitas dengan harga yang sangat terjangkau. Dengan menghilangkan perantara, memotong biaya overhead, dan fokus dengan berjualan secara online, PT. Sale Stock Indonesia meminimalkan biaya dan menyimpan semua keuntungan ini untuk pelanggannya.

Dengan prinsip ini PT. Sale Stock Indonesia dapat menawarkan harga jujur. PT. Sale Stock Indonesia didirikan pada akhir tahun 2014, perusahaan ini sekarang menjadi sebuah rumah bagi keluarga yang berasal dari Indonesia, Jerman, Amerika Serikat dan banyak warga negara lainnya yang pernah memiliki pengalaman bekerja di perusahaan teknologi terkenal seperti: facebook, Yahoo, Apple dan Sony. Dengan memiliki sumber daya manusia yang kompetitif di

Selanjutnya adalah bagaimana menumbuhkan minat pembeli dan mendorong pembeli dalam melakukan keputusan pembelian melalui internet. Simamora (2011:106), mengatakan bahwa Minat beli (niat beli) terhadap suatu produk timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli suatu produk. Tentunya ada faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, antara lain adalah: Harga, Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi.

Salah satu faktor penting pelanggan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian secara online adalah harga. Dilihat dari faktor harga, banyak sekali toko-toko online shop menetapkan beberapa strateginya, mulai dari diskon yang dicantumkan pada produknya. Hal tersebut dilakukan agar mampu menjangkau konsumen lebih banyak lagi. Selanjutnya faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan. Pelayanan menjadi salah satu kunci dari kepuasan pengalaman belanja konsumen, pelayanan berfungsi sebagai layanan terdepan untuk membantu konsumen saat bertransaksi online. Selanjutnya, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Untuk meningkatkan penjualan tentunya perusahaan harus menjaga kualitas produknya, sehingga konsumen dalam mengkonsumsi atau memakai produk yang nantinya akan memberikan citra positif dalam benak konsumen dengan harapan berakibat pada terjadinya pembelian ulang dan loyalitas terhadap produk. Selanjutnya, faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu promosi. Kegiatan promosi sebagai sarana komunikasi antara produsen dan konsumen untuk memperkenalkan produk, baik jenis, warna, bentuk dan harga, maupun kualitas produk yang ditawarkan atau yang dihasilkan perusahaan. Dalam hal ini promosi online merupakan proses kegiatan yang dilakukan oleh pihak (perusahaan) dalam menawarkan produk barang atau jasa yang dikenalkan atau diiklankan melalui media online (internet), sehingga tidak terjadi tatap muka langsung antara pembeli dan penjual.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga, Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Sale Stock Indonesia”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka perumusan masalah pokok-pokok penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia?
5. Apakah terdapat pengaruh harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia.
5. Untuk mengetahui pengaruh harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di PT. Sale Stock Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman lebih lanjut dan dapat meningkatkan wawasan peneliti terkait pengaruh harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pembuatan kebijakan yang berkaitan mengenai pengaruh harga, pelayanan, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian.