

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Dalam suatu perdagangan atau bisnis keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting, dimana keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang diambil oleh calon pembeli pada produk yang diinginkannya. Biasanya, calon pembeli dalam sebuah toko memiliki berbagai perilaku, misalnya hanya melihat-lihat produk baru, melihat-lihat harga, ataupun memang mempunyai keinginan kuat untuk membeli produk.

Keputusan pembelian calon konsumen dalam suatu toko berdampak pada hasil penjualan produk di toko tersebut. Banyaknya produk yang terjual mengindikasikan bahwa banyak pembeli yang memutuskan untuk membeli produk di toko tersebut. Dalam melakukan keputusan pembelian ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen diantaranya adalah pelayanan yang baik, cara berkomunikasi atau menawarkan produk (komunikasi pemasaran), harga, kualitas produk, kepuasan pembeli atas produk, dan citra merek.

Faktor yang menjadi pertimbangan dalam pembelian produk dapat terjadi pada salah satu atau beberapa faktor saja misalnya adalah komunikasi pemasaran yang baik. Pemasaran atau biasa disebut pemasaran merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara menawarkan sebuah produk kepada konsumen. Adapun dalam kegiatan ini, membutuhkan komunikasi yang baik. Pemasaran hendaklah menggunakan bahasa yang lancar dan mudah dimengerti oleh konsumen sehingga konsumen dapat tertarik atau berminat membeli produk yang ditawarkan.

Selain komunikasi pemasaran, pelayanan yang baik juga sangat

menentukan keputusan pembelian konsumen. Pelayanan yang baik misalnya ramah tamah, senyum, sapa, dan salam perlu diterapkan sehingga dapat memberikan nuansa yang nyaman kepada nasabah. Kenyamanan dalam pelayanan akan memberikan dampak positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Selanjutnya, kepuasan konsumen merupakan rasa puas yang dirasakan konsumen setelah membeli produk. Kepuasan konsumen dapat terlihat dari rasa senang dan puas terhadap kualitas maupun harga yang ditawarkan oleh sebuah toko pada produk yang dijual. Kepuasan konsumen dapat memberikan keputusan pembelian konsumen pada produk-produk lain yang dijual pada toko yang sama.

Guna mendapatkan gambaran mengenai keputusan pembelian pada perusahaan barang elektronik atau komputer, maka peneliti melakukan prasarvei di toko Creatif dengan perolehan hasil prasarvei sebagai berikut:

**Tabel 1. Data Penjualan Produk di Toko Creatif Komputer**

| Produk             | Jumlah Pembeli pada |      |      |      | Total Penjualan |
|--------------------|---------------------|------|------|------|-----------------|
|                    | 2016                | 2017 | 2018 | 2019 |                 |
| Laptop             | 57                  | 55   | 51   | 58   | 221             |
| <i>Printer</i>     | 17                  | 13   | 15   | 19   | 64              |
| <i>PC/Komputer</i> | 12                  | 10   | 16   | 27   | 65              |
| <i>Tinta</i>       | 68                  | 75   | 111  | 132  | 386             |
| <i>Flasdisk</i>    | 43                  | 45   | 54   | 62   | 204             |
| <i>Catridge</i>    | 27                  | 22   | 32   | 39   | 120             |
| <i>Kabel USB</i>   | 17                  | 20   | 36   | 41   | 114             |

Sumber: Data Penjualan di Toko Creatif Komputer

Berdasarkan tabel 1 bahwa daya beli konsumen yang ada di toko Creatif terbilang kurang stabil artinya masih perlu untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, pemasaran, dan kepuasan pembeli atas produk yang dibeli.

Permasalahan dalam keputusan pembelian adalah calon pembeli belum sepenuhnya memahami produk-produk yang dibelinya. Banyaknya toko komputer dengan produk yang sama juga merupakan salah satu permasalahan yang menyebabkan pembelian pada konsumen dapat menurun. Dalam komunikasi pemasaran, toko kreatif komputer masih kurang melakukan komunikasi pemasaran. Pemasaran produk yang dilakukan yakni secara langsung tanpa menggunakan media promosi, misalnya facebook, atau media sosial lainnya. Menurut karyawan toko, media sosial kurang efektif digunakan sebagai media promosi karena penjelasan detail produk tidak bisa dilakukan secara lengkap.

Selain komunikasi pemasaran yang masih kurang efektif, pelayanan di toko kreatif sudah cukup baik. Masalah yang dihadapi adalah rasio antara karyawan dan pembeli biasanya kurang seimbang sehingga terkadang pembeli harus menunggu pelayanan karyawan yang relatif lama. Faktor lain yang dapat membantu dalam keputusan pembelian adalah kepuasan pembeli. Tanpa adanya kepuasan pembeli, keputusan pembelian tidak akan terjadi. Pembeli merupakan aset yang dimiliki oleh perusahaan, terlebih pembeli yang sudah menjadi langganan. Keputusan pembelian akan terjadi apabila pembeli puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan maupun penjelasan detail keunggulan produk yang dimiliki oleh toko. Hal ini senada dengan penelitian Ratnasari (2018:13) Hasil penelitiannya menyebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah pelayanan karyawan dalam memberikan informasi kepada konsumen seputar produk yang diinginkan.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian, sehingga dituangkan dalam judul "Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Sistem Pelayanan, dan Kepuasan Pembelian terhadap Keputusan pembelian Pada Toko Kreatif Komputer di Kota Metro."

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian, maka dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini adalah:

1. Belum maksimalnya perusahaan/toko dalam melakukan komunikasi pemasaran kepada calon pembeli
2. Sistem pelayanan yang masih belum optimal menyebabkan kurangnya pembeli untuk mengambil keputusan pembelian
3. Harapan konsumen atau kepuasan dalam membeli produk belum optimal karena kurangnya komunikasi dari perusahaan
4. Keputusan calon pembeli dalam melakukan pembelian belum meningkat secara signifikan

## **C. Perumusan Masalah**

Untuk menghasilkan keputusan pembelian, sebuah perusahaan harus memiliki komunikasi pemasaran dan pelayanan yang baik sehingga menghasilkan keputusan pembelian pada konsumen. Berdasarkan hal tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
2. Apakah sistem pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
3. Apakah kepuasan pembeli berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
4. Apakah komunikasi pemasaran, Sistem pelayanan dan kepuasan pembeli berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai beberapa tujuan yang perlu diketahui yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
2. Pengaruh Sistem pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
3. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?
4. Pengaruh komunikasi pemasaran, Sistem pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian di Toko Kreatif Komputer Kota Metro?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Melalui penelitian ini, perusahaan memperoleh informasi dan masukan untuk mengetahui faktor dominan yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian yang dilakukan.

##### **2. Bagi Institusi**

Sebagai bahan informasi bagi penelitian selanjutnya, memberi pengetahuan pada kalangan akademis terutama yang berhubungan dengan keterkaitan suatu faktor terhadap keputusan pembelian pada suatu perusahaan.

##### **3. Bagi Pembaca**

Hasil dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca sebagai pengguna produk.

#### **4. Bagi Peneliti**

Selain sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat memperoleh wawasan mengenai ilmu manajemen pemasaran serta bahan aplikasi teori-teori yang diterima selama perkuliahan.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian Pendahuluan memuat mengenai latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

##### **BAB II KAJIAN TEORETIK**

Bagian Kajian Teoritik memuat mengenai landasan teori, hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

##### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian pada bab III memuat mengenai jenis Penelitian, objek penelitian dan lokasi penelitian, metode Penelitian, dan teknik Pengumpulan Data, dan Analisis Data.

##### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab IV memuat mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan.

## **BAB V PENUTUP**

Bab V memuat mengenai simpulan dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**