

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Abad 21 Negara Indonesia mengalami banyak perkembangan, salah satunya perkembangan ekonomi yang sangat mendorong sektor jasa. Dampak berkembangnya ekonomi menciptakan banyaknya peluang bisnis di dalam sektor jasa, tidak hanya itu sektor jasa juga menciptakan banyak lowongan kerja. Menurut Tjiptono dalam bukunya yang berjudul *Strategi Bisnis* menerangkan bahwa adanya pengaruh dari sektor jasa pada perekonomian, meningkatnya tingkat harapan hidup, antara produk yang dihasilkan dan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dapat seimbang. Selain itu, meningkatnya kerumitan dalam kehidupan dan teknologi yang semakin pesat. (Tjiptono, 2004:04)

Kegiatan perekonomian salah satu kegiatan yang dapat membantu penciptaan nilai ekonomi yaitu pemasaran. Pemasaran merupakan sebuah faktor penting dalam suatu siklus yang bermula dan berakhir dengan kebutuhan konsumen. Pemasaran juga ada manajemen pemasaran yaitu kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi dan mengawasi segala kegiatan program guna untuk memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan.

Beberapa ahli telah mengemukakan definisi tentang pemasaran yang kelihatannya sedikit berbeda meskipun sebenarnya sama. Perbedaan ini disebabkan karena mereka meninjau pemasaran dari segi yang berbeda-beda

ada yang lebih menitikberatkan dari segi fungsi, kelembagaannya, segi manajemennya, dan ada pula yang menitik beratkan dari semua segi tersebut (Basu Swatsa, 2009:5).

Menurut Charles F. Philips Ph.D and Delbert J. Duncan Ph.D, dalam bukunya *“Marketing Principles and Methods”* menyatakan bahwa *“Marketing which is often referred to as “distribution” by businessman – includes all the activities necessary to place tangible goods in the hand of house hold consumers and users,* marketing yang oleh para pedagang diartikan sama dengan distribusi yang artinya segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang dan produk ke tangan konsumen langsung. Manajemen pemasaran merupakan kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan atau pelaksanaannya dan mengawasi segala kegiatan program guna untuk memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan (Basu Swasta, 2009: 24).

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga merupakan sejumlah pengorbanan yang harus dibayarkan oleh konsumen agar bisa mendapatkan, merasakan suatu manfaat dari produk yang diinginkannya (Kotler dan Amstrong, 2016: 349). Harga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen, karena konsumen mengharapkan uang yang mereka keluarkan sebanding dengan apa yang mereka terima, pada realitanya harga di Toko Semi Elektronik lebih murah dibandingkan dengan toko Elektronik lainnya dan mempunyai keistimewaan yaitu bisa tukar

tambah barang dengan barang bekas dan itu menjadi nilai positif bagi konsumen sebagai kepuasan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk. Produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik, nama baik toko yang menjual (pengecer), dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer, yang di terima oleh pembeli guna untuk memuaskan kebutuhannya (Zuliyani Yamit, 2010: 67).

Berdasarkan praktek di lapangan membuktikan bahwa produk yang diperjualbelikan berkualitas, menjadikan pelanggan puas karena barang yang ada di Toko Semi Elektronik itu bagus dan memuaskan pelanggan sehingga pelanggan itu tidak kecewa.

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler dan Armstrong, 2003: 224).

Keputusan pembelian tersebut mempertimbangkan beberapa faktor seperti harga dan produk. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Selain faktor produk juga penentuan harga produk yang dilakukan perusahaan sangatlah berpengaruh pada keputusan

pembelian. Menurut Batsu Swasta (2014) harga merupakan faktor terkendali kedua yang dapat ditangani oleh manajemen pemasaran. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh para pengusaha dalam memberikan harga kepada konsumen adalah dengan memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan pesaing lainnya. Produk yang berkualitas dengan harga yang terjangkau akan memiliki banyak peminat. Sebaliknya apabila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan produk maka konsumen akan berfikir dua kali untuk membelinya. Sedangkan di Toko Semi Elektronik Harga yang ditawarkan lebih murah dan produknya berkualitas sehingga pelanggan tidak perlu berfikir dua kali untuk membelinya.

Berdasarkan teori di atas dapat disimpulkan bahwa produk dan harga itu sangat mempengaruhi keputusan pembelian, dalam kehidupan sehari-hari masyarakat membutuhkan alat elektronik sebagai kebutuhan pelengkap rumah tangga. Banyaknya kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap barang-barang elektronik ini menyebabkan toko elektronik mudah ditemukan diberbagai tempat salah satu toko alat elektronik yang terkenal di Desa penggalang yaitu terletak di di jalan pisang Rt 04 / Rw 11 Mandarasa, Penggalang, Adipala kabupaten Cilacap yaitu Toko Semi Elektronik yang menyediakan alat alat elektronik seperti Televisi, Setrika, Magic Com, Kipas Angin, Kulkas, Blender, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada September 2019 dengan bapak Tusim selaku pemilik toko tersebut menjelaskan bahwa Toko Semi Elektronik ini menjual dan membeli berbagai alat elektronik mulai dari yang

bekas sampai yang baru. Hal ini yang menyebabkan Toko Semi Elektronik yang selalu ramai dengan konsumen. Berdasarkan dari salah satu konsumen yang mengatakan bahwa konsumen merasa puas dengan produk yang di sediakan di Toko Semi Elektronik, selain itu harga alat elektronik di toko tersebut lebih murah dari toko lain dan dapat dinegoisasi. Toko Semi Elektronik ini merupakan salah satu toko yang mampu bersaing dengan toko-toko elektronik lainnya, Toko Semi Elektronik ini juga menerima tukar tambah barang bekas dengan harga yang memuaskan menurut konsumen. Dengan demikian hal ini menyebabkan konsumen lebih memutuskan membeli alat di Toko Semi Elektronik dari pada di Toko Alat Elektronik lainnya.

Berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti, penelitian ini akan menggunakan kedua variabel independen yaitu produk dan harga untuk diteliti pengaruhnya terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian konsumen, maka penelitian ini berjudul **"Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap"**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap?
3. Bagaimana pengaruh produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk dan Harga simultan terhadap keputusan pembelian Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarasa Penggalang Adipala Cilacap.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan membatasi ruang lingkup penelitian dengan menitikberatkan permasalahan yang akan dibahas, yaitu: pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Variabel yang diteliti yaitu produk dan harga sebagai variabel dependen, sedangkan keputusan pembelian

sebagai variabel independen. Keputusan pembelian yang di ambil karena di dalam produk dan harga yang hanya bisa memutuskan itu yang membeli produk itu, puas atau tidaknya akan produk maupun harganya itu yang mengkonsumsinya.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan produk dan harga yang dimiliki Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarsa Penggalang Adipala Cilacap agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen serta dapat dijadikan penambah referensi di dunia akademis.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menambah khazanah keilmuan khususnya pada Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarsa Penggalang Adipala Cilacap serta menjadi bahan evaluasi bagi Toko Semi Elektronik Adipala Cilacap yang perlu dikembangkan mengenai produk dan harga untuk meningkatkan kepuasan bagi konsumen yang akan berdampak pada keputusan dalam pembelian produk Alat Elektronik di Toko Semi Elektronik Mandarsa Penggalang Adipala Cilacap.
- b. Bagi jurusan manajemen, ekonomi dapat menambah kajian pustaka yang baru terkait dengan keilmuan dalam bidang pemasaran.

