

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Di era persaingan seperti saat ini, para pengusaha harus membuat suatu hal yang unik dan baru. Dengan bertambah banyak toko yang menjual berbagai produk yang menarik dan kreatif, tentunya akan timbul persaingan yang semakin ketat antar pengusaha. Bagi pengusaha ketatnya persaingan harus ditanggapi dengan perencanaan yang terkait dalam produk untuk menarik konsumen untuk membeli. Salah satu toko yang ikut bersaing dalam menjual produk yang inovatif di Surabaya adalah Binder Pink Shop. Terdapat 2 toko Binder Pink Shop di Surabaya, salah satunya di Royal Plaza Lantai 3 Blok N2, No.46 A. Letak toko yang strategis di salah satu pusat perbelanjaan terkenal di Surabaya tentunya peluang usaha sangat terbuka, dengan harapan mampu menarik konsumen untuk membeli produk-produk dari Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya.

Pengambilan keputusan merupakan tahapan yang penting, sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli produk tersebut. Saat ini konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan inovasi produk terbaru, dalam kondisi persaingan yang ketat konsumen tentunya merasa bimbang akan membeli produk yang akan dibeli. Faktor yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian saat ini adalah inovasi produk dan promosi berbasis *social network*. Hasil penelitian Supriyati, dkk (2015) dan Saputra, dkk (2015) menunjukkan bahwa inovasi produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Munculnya keputusan pembelian saat ini mengacu pada keinginan konsumen untuk mendapatkan produk yang terbaru,

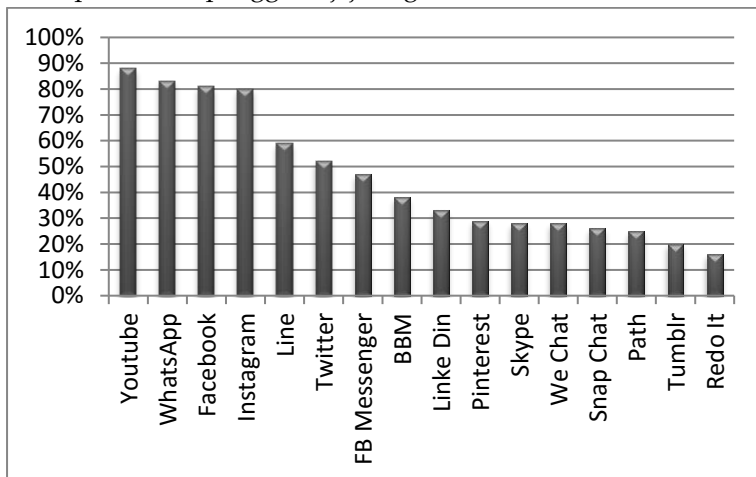
menarik dan inovatif sehingga konsumen tidak perlu bimbang akan membeli suatu produk. Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Supriyati, dkk (2017:193) keputusan pembelian adalah "*the selection of an option from two or alternative choice*". Dapat diartikan, keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Dari definisi tersebut bisa disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan dan tahapan yang dilalui konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Konsumen membeli produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya dikarenakan inovasi produk yang dijual bervariasi dan unik-unik sehingga konsumen merasa tertarik dengan produk yang dijual oleh Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya. Dengan semakin banyaknya toko yang menjual produk yang inovatif tentunya Binder Pink Shop harus turut bersaing agar konsumen tertarik dengan produk dari Binder Pink Shop. Hasil penelitian Rahayu dan Gita Anggarini (2009), Supriyati, dkk (2015) dan Saputra, dkk (2015) bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Tjiptono dalam Rahayu dan Gita Anggarini (2009:18) menyatakan bahwa inovasi produk merupakan setiap barang, jasa, atau gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang baru. Inovasi produk digunakan dalam keseluruhan operasional toko dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan untuk menarik konsumen.

Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya mempromosikan produknya setiap hari melalui Facebook, Twitter dan Instagram. Dikarenakan perkembangan zaman yang semakin canggih saat ini tentunya banyak toko yang mempromosikan produknya yang dilakukan lewat jejaring sosial (*social network*). Oleh sebab itu Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya ingin mempromosikan produknya melalui jejaring sosial untuk menarik konsumen lebih

banyak lagi dan turut bersaing di era pemasaran digital . Hasil penelitian Supriyati, dkk (2015), Saputra, dkk (2015), Ernawati (2019) dan Haqim dan Erni Martini (2019) bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Gunelius dalam Mileva dan Achmad Fauzi DH (2018:193) promosi berbasis *social network* merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari *web* sosial.

Berdasarkan hasil riset *Wearesosial Hootzuite* yang dirilis hingga Januari 2019 pengguna jejaring sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Berikut adalah persentase pengguna jejaring sosial di Indonesia :



Sumber : [www.websindo.com](http://www.websindo.com)

**Gambar 1.1**  
**Pengguna Jejaring Sosial di Indonesia**  
**Hingga Bulan Januari 2019**

Dari latar belakang tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Berbasis *Social Network* terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya?
2. Apakah Promosi Berbasis *Social Network* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya?
3. Apakah Inovasi Produk dan Promosi Berbasis *Social Network* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka ada tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi Berbasis *Social Network* terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Berbasis *Social Network* terhadap Keputusan Pembelian Produk Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dapat diperoleh adalah :

### 1. Manfaat Teoritis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai teori inovasi produk, promosi berbasis *social network* dan keputusan pembelian.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang jelas tentang pentingnya:

1. Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi produk untuk menarik konsumen membeli produk.
2. Binder Pink Shop Royal Plaza Surabaya diharapkan dalam melakukan promosi berbasis *social network* agar bisa lebih baik lagi sehingga produk yang dijual dapat dikenal lebih luas.

#### b. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pembaca yang berkaitan dengan variabel inovasi produk, promosi berbasis *social network* dan keputusan pembelian.

#### c. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai bahan referensi yang ditempatkan di perpustakaan, sehingga dapat dijadikan referensi mahasiswa lain dalam melakukan penelitian selanjutnya.

d. Bagi Pihak Lain

Dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk menambah pengetahuan dan sekaligus sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang serupa.