

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis antar perusahaan sudah tidak asing lagi bagi para pebisnis atau pengusaha. Melihat kondisi tersebut menyebabkan para pebisnis dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi suatu target perusahaan. Sementara itu, konsumen dihadapkan pada kebingungan dengan banyaknya produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Sehingga konsumen bisa mengambil keputusan antara pembelian suatu produk yang menjadi kebutuhan dengan keinginan untuk membelinya. Apalagi sejak adanya pandemi covid-19 pasti konsumen lebih memilih untuk membeli suatu produk sesuai dengan kebutuhan.

Keputusan pembelian konsumen merupakan langkah alternatif dan dianggap tepat untuk melakukan pembelian produk yang diinginkan. Menurut Kuspriyono (2017) keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh promosi, ekonomi keuangan, harga, produk, dan lokasi, sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah informasi dan akan mengambil sebuah kesimpulan berupa *response* yang muncul produk apa yang akan dibeli. Konsumen membeli produk bukan sekedar membeli akan tetapi ada nilai fungsi, nilai sosial serta emosionalnya.

Keputusan pembelian dan dampak pandemi covid-19 ini mempengaruhi penurunan penjualan pada perusahaan UD. Hamid Putra Jaya. Sedikit demi sedikit penjualan perusahaan menurun, berikut data penjualan UD. Hamid Putra Jaya pada tahun 2021 bulan Juni hingga November:



**Tabel 1.1 Data Penjualan Perusahaan**

Sumber : Data dari Perusahaan UD. Hamid Putra Jaya

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa di bulan Juni mencapai di angka 1.050 produk yang terjual. Bulan berikutnya di bulan Juli menurun dan mencapai di angka 900 produk yang terjual. Di bulan berikutnya penjualan di bulan Agustus menurun lagi mencapai di angka 750 produk yang terjual. Di bulan berikutnya menunjukkan bahwa penjualan menurun terus menerus di bulan September mencapai di angka 660 produk yang terjual, di bulan Oktober mencapai di angka 600 produk yang terjual.

Faktor promosi juga menyebabkan penurunan penjualan pada perusahaan UD. Hamid Putra Jaya. Promosi merupakan salah satu sarana bauran pemasaran. Promosi juga dapat dikatakan sebagai komunikasi pemasaran yaitu kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran

serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik (Kuspriyono, 2017). Sebagaimana permasalahan promosi tentang produk elektronik milik perusahaan UD. Hamid Putra Jaya, membuat konsumen belum mengenal produk yang di promosikan. Selama ini promosi yang dilakukan oleh UD. Hamid Putra Jaya masih kurang dilakukan sehingga konsumen belum banyak mengetahui tentang produk-produk yang dipromosikan oleh UD. Hamid Putra Jaya.

Promosi adalah salah satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan atau berkomunikasi dengan calon pelanggan (Permana, 2017). Hubungan promosi dengan keputusan pembelian adalah dalam tahap evaluasi, para konsumen membentuk suatu preferensi atas produk atau jasa yang ada didalam kumpulan pilihan. Konsumen tersebut juga dapat membentuk niat untuk membeli produk atau jasa yang paling disukai berdasarkan promosi yang ditawarkan (Permana, 2017).

Faktor yang seringkali menjadi pemilihan konsumen dalam memutuskan pembelian produk tersebut adalah harga. Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan oleh konsumen untuk sebuah produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Karena dalam hal ini perusahaan UD. Hamid Putra Jaya harus memberikan harga yang terjangkau, apalagi penjualan di *e-commerce* sangat sensitif terhadap harga. Harga yang murah sedikit saja akan kalah dalam penjualan dan akan kalah saing dengan pesaing kita dalam penjualan (Tulanggow dkk, 2019). Hubungan harga dengan keputusan pembelian adalah konsumen

dihadapkan pada berbagai pilihan situs jual beli *online* dengan konsep yang hampir sama. Harga yang relatif sama pada akhirnya dapat memungkinkan konsumen untuk beralih dari situs *online shop* ke situs yang lainnya, apabila suatu situs *online* tersebut menawarkan kualitas produk yang lebih unggul (Prilano dkk, 2020)..

Penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian di UD. Hamid Putra Jaya karena guna mengetahui kebenaran dari kebijakan yang menjadi keputusan perusahaan, penulis menggunakan data perusahaan dan menguji data tersebut melalui bantuan komputer, dan penulis akan membantu perusahaan untuk meningkatkan suatu penjualan karena sebelumnya perusahaan mengalami suatu penurunan penjualan secara 6 bulan secara berturut-turut. Pentingnya dalam penelitian ini untuk mengasah ilmu penulis dalam menerapkan langsung pada perusahaan UD. Hamid Putra Jaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian?
3. Apakah promosi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh dari promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui promosi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai latihan dan pengembangan kemampuan dalam bidang penelitian dan penerapan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berhubungan dengan promosi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan penulisan serta penelitian karya ilmiah.

