

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi saat ini, dunia usaha mengalami perkembangan yang semakin pesat terutama dibidang teknologi dan informasi. Masyarakat dari hari ke hari semakin mengenal dunia teknologi dan media informasi elektronik melalui smartphone yang telah beredar luas di pasaran. Dengan adanya perkembangan dari dunia teknologi yang semakin pesat dan hampir seluruh masyarakat di Indonesia mengenal internet dan membutuhkan kartu prabayar internet. Dengan adanya kondisi tersebut membuka peluang bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi dan informasi dengan saling bersaing untuk menciptakan kartu prabayar internet sebagai penunjang masyarakat agar semakin mudah mengakses internet. Selain itu, ditandai muncul pula usaha kecil dengan munculnya penjual penjual kartu perdana internet. Dengan hal ini perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang teknologi dan informasi khususnya produsen dan juga penjual kartu prabayar internet saling bersaing memberikan kualitas yang terbaik dan promosi yang menarik bagi para konsumen untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen tersebut.

Menurut (Kotler, 2007) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan produk,

harga dan promosi yang sudah dikenal oleh masyarakat sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu, yaitu (1) pengenalan masalah, (2) pencarian informasi, (3) evaluasi alternatif, (4) keputusan membeli atau tidak, (5) perilaku pasca pembelian. Selain itu, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Antara lain ialah kualitas produk, promosi, dan juga lokasi pembelian.

Seperti yang sekarang sedang terjadi fenomena di banyak kalangan mulai dari anak-anak, remaja, ataupun orang dewasa yaitu kecanduan bermain sosial media. Sosial media dapat diakses melalui komputer, laptop, dan juga *smartphone*. Tidak hanya digunakan sebagai penghibur dikala waktu kosong saja, sekarang ini sosial media juga bisa menjadi suatu peluang untuk mnejalankan bisnis dan mendapatkan keuntungan.

Kualitas produk adalah suatu hal penting yang harus diciptakan semaksimal mungkin oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan apa yang diinginkan oleh konsumen. Menurut Kotler dan Garry Armstrong (2001:204) mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

Kualitas dari suatu produk merupakan syarat yang paling penting diterimanya suatu produk di pasar. Karena suatu produk akan dikatakan berkualitas apabila produk tersebut sesuai ataupun mampu untuk memenuhi harapan konsumen. Berbagai macam cara dilakukan oleh perusahaan

untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses produksi. Dalam kondisi sekarang ini, sebagian konsumen semakin selektif dalam memilih ketika hendak membeli produk yang akan dikonsumsi atau yang akan digunakannya. Sebab itulah kualitas produk dapat memiliki beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apabila konter sentral perdana seluler wonocolo, tidak dapat menjaga kualitas produk yang dijual maka konsumen tidak merasa puas dan situasi tersebut dapat merubah keputusan pembelian konsumen untuk pembelian selanjutnya.

Titik awal dari setiap pembelian adalah adanya kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan membeli produk karena alasan-alasan tertentu, atau paling tidak adanya keyakinan bahwa kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan mempunyai nilai yang lebih besar dibanding biaya yang akan dikeluarkan. Variasi produk yang bermacam ditambah aktivitas promosi yang sangat persuasif dan harga *sim card* (kartu telepon) untuk telepon selular yang harganya murah dengan bonus yang tinggi, tentu akan mendorong munculnya perilaku pembelian di kalangan konsumen.

Promosi merupakan salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam usaha memasarkan produk atau jasanya. Promosi dimaksudkan untuk menarik minat beli konsumen terhadap produk yang dijual oleh seorang penjual. Menurut Philip Kotler (1997 : 355) promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan suatu produk barang / jasa dengan cara menyampaikan keunggulan / kebaikan produk tersebut serta membujuk para pelanggan / konsumen yang membeli produk / jasa tersebut. Promosi ini

diharapkan dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan perusahaan tersebut. Terdapat berbagai alat yang dapat digunakan perusahaan dalam promosi, dimana setiap alat promosi pasti memiliki karakteristik dan biaya tertentu. Untuk Selain itu, promosi juga dimaksudkan untuk menyebarkan keunggulan produk yang dijual dengan tujuan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan kemudian seorang produsen akan mendapatkan keuntungan. Akan tetapi, keberhasilan dari promosi juga harus memiliki strategi tertentu supaya kegiatan promosi yang dilakukan oleh seorang pemasar agar kegiatan promosi menjadi efektif, efisien, dan sesuai sasaran.

Sekarang ini sering terjadi, dimana promosi yang dibuat oleh suatu perusahaan atau oleh seorang pemilik usaha kurang konkrit, dalam artian kurang benar-benar direalisasikan. Sehingga, banyak konsumen yang menginginkan informasi yang lebih detail mengenai promosi produk yang sedang berlangsung karena kebanyakan dari konsumen-konsumen tersebut sudah pernah mengalami kekecewaan ketika mereka telah membeli produk yang sedang promo saat itu. Maka dari itu, apabila Toko Sentral Cellular Wonocolo tidak dapat memberikan promosi yang benar-benar nyata maka kemungkinan dapat mengubah pemikiran konsumen untuk tidak tertarik lagi terhadap promosi yang dilakukan oleh konter sentral cellular.

Selain kualitas produk dan promosi, lokasi juga merupakan salah satu hal penting dalam suatu keputusan pembelian konsumen. Lokasi penjualan adalah suatu hal yang penting dalam saluran distribusi. Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimumkan laba (Swasta dan Irawan,2003:339).

Lokasi yang strategis, jarak yang dekat, dan kemudahan akses transportasi cukup dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen. Apabila letak konter sentral cellular tidak strategis atupun sulit dijangkau, maka akan berdampak pada keputusan konsumen untuk membeli dan berdampak pada menurunnya laba yang didapat.

Dengan demikian faktor faktor yang disebutkan diatas adalah faktor-faktor yang diharapkan bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk. Maka penulis memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Toko Sentral Cellular Pusat Grosir Perdana Interner & Aksesoris Handphone, Wonocolo.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan situasi di atas, maka dapat ditemukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli kartu perdana internet di Toko Sentral Celluler Wonocolo?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli kartu perdana internet di Toko Sentral Celluler Wonocolo?
3. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli kartu perdana internet di Toko Sentral Celluler Wonocolo?
4. Apakah Kualitas produk, Promosi, dan Lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli kartu perdana internet di Toko Sentral Celluler Wonocolo?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulis mempunyai tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sentral Celluler Wonocolo Pusat Grosir Perdana Internet & Aksesoris Handphone.
2. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sentral Celluler Wonocolo Pusat Grosir Perdana Internet & Aksesoris Handphone.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sentral Celluler Wonocolo Pusat Grosir Perdana Internet & Aksesoris Handphone.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk, Promosi, dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Sentral Celluler Wonocolo Pusat Grosir Perdana Internet & Aksesoris Handphone.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mencoba untuk menguji penelitian yang sebelumnya dengan mengganti salah satu variabel. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan berbagai macam manfaat baik secara teoritis ataupun empiris. Adapun manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini :

1. Bagi Toko Sentral Celluler
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran jelas dalam mengetahui dan menilai seberapa baik kualitas produk (*Quality Product*) yang dijual, memberikan promosi (*Promotion*) yang ada, dan lokasi

(*Location*) usaha Toko Sentral Celluler di mata konsumen dan sebagai acuan dalam menangani masalah yang ada di pasar agar tetap menjadi pilihan konsumen.

2. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon-calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka kegiatan penelitian melalui mahasiswa nya merupakan bentuk kepedulian dan pengabdian.
3. Bagi pembaca
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya, serta menambah wawasan dan memberikan gambaran terhadap penrapan ilmu pemasaran.
4. Bagi peneliti
Peneliti dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang pengaruh kualitas produk (*Quality Product*), promosi (*Promotion*), lokasi (*Location*), dan keputusan pembelian konsumen.