

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat maka pengembangan manajemen pemasaran menjadi penting. Hal ini juga berdampak pada semakin ketatnya persaingan dalam dunia usaha. Secara umum, pemasaran dapat dikatakan sebagai gagasan bahwa suatu perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian. Pelaku usaha harus mampu memasarkan produknya. Oleh karena itu, para pelaku bisnis menerapkan strateginya dengan merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, memantau, dan mengendalikan perusahaannya agar dapat menjual produk sebanyak-banyaknya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Olivia & Amah, 2019) menyatakan bahwa persaingan antar perusahaan saat ini sangat ketat. Semua bisnis dipengaruhi oleh perekonomian internasional dan harus bersaing di pasar internasional. Perusahaan-perusahaan besar di seluruh dunia mengalihkan perhatian mereka ke bisnis internasional. Perusahaan tidak hanya bersaing di wilayah geografisnya sendiri, namun persaingan terjadi dalam skala global (Khoirunnisa, 2020). Tentu saja kondisi ini harus diperhatikan jika seorang pengusaha ingin mampu bertahan dalam persaingan yang ada. Kecepatan dan ketepatan pengambilan keputusan sangat penting untuk menjaga kelangsungan hidup suatu perusahaan (Rahyono & Alansori,

2021). Munculnya perusahaan-perusahaan baru dalam dunia elektronik, khususnya *smartphone*, laptop dan peralatan elektronik, menuntut adanya keunggulan bersaing yang harus dimiliki oleh setiap perusahaan agar mampu bersaing dengan merek-merek *smartphone*, laptop, perlengkapan komputer, aksesoris elektronik, dan peralatan elektronik lainnya. Salah satu yang menyebabkan hal tersebut adalah manajemen pemasaran yang diterapkan oleh beberapa perusahaan khususnya pada Toko Maju Hardware Madiun.

Namun, dengan kemajuan teknologi yang pesat, terutama dalam bentuk, *smartphone*, laptop dan peralatan elektronik, toko-toko ritel elektronik seperti Maju Hardware harus menghadapi perubahan perilaku konsumen yang signifikan. Fenomena ini menjadikan *smartphone*, laptop dan peralatan elektronik sebagai kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Perangkat ini telah menjadi lebih dari sekadar alat komunikasi dan perangkat pengolah informasi. Salah satu upaya mempertahankan kelangsungan usaha, perusahaan harus mempertahankan kepuasan konsumen (Kusuma, 2023). Toko Maju Hardware Madiun memahami bahwa *smartphone* dan laptop telah menjadi kebutuhan utama masyarakat modern, dan Toko Maju Hardware Madiun berkomitmen untuk menyediakan produk berkualitas guna memenuhi kebutuhan tersebut.

Tabel 1.1 Perbandingan Toko *Smartphone* laptop dan peralatan elektronik di Kota Madiun

Nama Toko	Persentase
Maju Hardware	69,7 %
Jatim Cell	11,9 %
Jawa Cell	3,7 %
Artomoro	10,1 %
Ratan Store	4,6%

Sumber: Kuesioner Survey Pra Penelitian 2024

Berdasarkan pada gambar 1.2 di atas menunjukkan bahwa data pengunjung yang telah melakukan transaksi atau pembelian di toko *smartphone*, laptop dan peralatan elektronik di Madiun menunjukkan bahwa Toko Maju Hardware sangat mendominasi dengan presentase konsumen yang telah melakukan pembelian sebesar 69,7 %, kemudian diposisi kedua ada toko Jatim Cell dengan presentase sebanyak 11,9 %, kemudian Artomoro dengan 10,1 %, kemudian ada Ratan Store dengan presentase 4,6 %, dan yang terakhir ada Jawa Cell dengan presentase 3,7%. Data tersebut diperoleh setelah penyebaran kuesioner pra penelitian yang telah di isi oleh 109 responden masyarakat Madiun dan dapat disimpulkan bahwa Toko Maju Hardware Madiun sangat mendominasi dan menguasai pasar dengan presentase sebanyak 69,7%.

Tabel 1.2 Data pengunjung Toko Maju Hardware 3 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Pengunjung
2021	43.000
2022	73.000
2023	102.000

Sumber: <https://www.perplexity.ai/search/berikan-saya-data>

Berdasarkan tabel diatas selama 3 tahun terakhir Toko Maju Hardware mengalami kenaikan pengunjung. Kenaikan atau penurunan dihitung berdasarkan persentase perubahan jumlah pengunjung dari tahun sebelumnya. Jumlah pengunjung Toko Maju Hardware menunjukkan tren kenaikan yang stabil dari tahun 2021 hingga 2023. Kenaikan ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: Peningkatan permintaan terhadap produk-produk, *smartphone*, laptop, dan peralatan elektrinok lainnya, serta peningkatan kualitas pelayanan Toko Maju Hardware.

Toko Maju Hardware Madiun merupakan toko yang menjual *smartphone*, laptop, televisi, perlengkapan komputer, aksesoris elektronik dan peralatan elektronik. Seiring waktu, perusahaan perlu menjadi lebih kompetitif. Perusahaan harus tangkas dan kuat untuk menghadapi perkembangan dari waktu ke waktu. Perusahaan harus mampu menanggapi berbagai kebutuhan pasar. Mengingat perkembangan teknologi yang semakin canggih, manusia juga dituntut untuk mengikuti perkembangan tersebut (Setiyono & Sutrimah, 2016).

Menurut Kotler dan Keller (2007:223), (Halil et al., 2021) keputusan pembelian adalah beberapa langkah yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Setiadi (2010:332) berpendapat bahwa inti pengambilan keputusan konsumen adalah proses integrasi yang menggabungkan informasi untuk menganalisis dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satunya. Sedangkan menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*. Selain itu menurut (Budiono, 2020) dan (Saputra & Evelyn, 2022) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah: kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, promosi, citra merek, *celebrity endorser*.

Berdasarkan argumen dan definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian berkaitan dengan tindakan konsumen atau calon konsumen dalam menanggapi penawaran yang diberikan. Anda mungkin setuju atau tidak setuju untuk memperdagangkan produk atau layanan yang ditawarkan. Dengan adanya banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, untuk meminimalisir waktu, biaya serta pikiran maka peneliti membatasi dan mengambil faktor Kualitas Pelayanan, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian dengan studi kasus konsumen Toko Maju Hardware kota Madiun.

Menurut Kotler (2009), kualitas layanan adalah jenis penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dan tingkat layanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dialami sesuai dengan harapan, maka kualitas pelayanan dinilai baik dan memuaskan. Berikut adalah pelayanan yang dilakukan Toko Maju Hardware guna menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian: (*Tangible*), Toko Maju Hardware selalu memastikan produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan deskripsi yang diberikan. Menyediakan lingkungan toko yang bersih, teratur, dan nyaman bagi pelanggan. (*Reliability*), Toko Maju Hardware Menyediakan jaminan atau garansi untuk produk-produk yang dijual. Ketersediaan staf yang terlatih dan kompeten. Memperbaiki atau mengganti produk yang rusak sesuai dengan kebijakan toko. (*Empathy*), Toko Maju Hardware mendengarkan dengan penuh perhatian terhadap kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan. (Budiono, 2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Positif Kualitas Pelayanan, terhadap keputusan pembelian. Serta, (Nasution & Lesmana, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Menurut Swasta dan Irawan (2002). Promosi adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang

bertujuan mendorong permintaan. Berdasarkan uraian tersebut maka komponen bauran promosi yang dilakukan Toko Maju Hardware yaitu: Periklanan yang dilakukan toko Maju Hardware menggunakan media elektronik seperti konten video atau pamflet yang dibagikan di media sosial seperti: *Instagram, Facebook, Whatsapp*, terutama di saluran yang menargetkan audiens yang berminat pada produk - produk yang mereka tawarkan seperti, handphone, laptop, aksesoris handphone maupun laptop dan peralatan elektronik. (Destiana & Rinaldi, 2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta, (Nugraha Windusara & Artha Kusuma, 2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012:241) dalam (Triyono & Susanti, 2021) *brand* atau merek adalah nama, istilah, tanda, simbol, model, atau kombinasi semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari pesaing lainnya. Toko Maju Hardware Madiun sendiri memiliki *brand image* di kalangan masyarakat berdasarkan beberapa metrik, antara lain sebagai berikut: *Brand* dikenal di masyarakat luas. *Brand* toko Maju Hardware Madiun dikenal luas dengan kualitas produk yang baik, pelayanan pelanggan yang memuaskan, harga yang kompetitif dan strategi pemasaran yang efektif. Pelayanan pelanggan yang sangat personal dan ramah dengan staf yang sangat terlatih dan berpengetahuan luas.

(Sumiati & Gea, 2021) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta, penelitian yang dilakukan (Lukitaningsih & Lestari, 2023) menyatakan bahwa *brand Image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Konsumen Toko Maju Hardware Kota Madiun).**

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka dapat di rumuskan masalah dalam penelitian ini akan di fokuskan pada bagaimana perilaku konsumen Toko Maju Hardware di kalangan masyarakat Madiun. Agar penelitian yang dilakukan dapat terarah, maka penulis membatasi batasan masalah pada penelitian ini meliputi:

1. Variabel penelitian yang digunakan akan dibatasi pada variabel: Kualitas Pelayanan (X1), Promosi (X2), *Brand Image* (X3), Keputusan Pembelian (Y).
2. Penelitian akan dilakukan pada konsumen Toko Maju Hardware di Kota Madiun.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat dilakukan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan secara terhadap Keputusan Pembelian ?
2. Apakah terdapat pengaruh Promosi secara terhadap Keputusan Pembelian ?
3. Apakah terdapat pengaruh *Brand Image* secara terhadap Keputusan Pembelian ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Maju Hardware kota Madiun. Selain itu, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis.

1. Manfaat Teoritis

a. Hal ini merupakan kesempatan untuk menerapkan teori yang dipelajari selama masa perkuliahan dan mengaplikasikannya dalam kehidupan nyata, yang tentunya dapat menambah pemahaman tentang pengaruh kualitas layanan, iklan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

b. Bagi Pembaca

Diharapkan penelitian ini bermanfaat sebagai bahan penelitian selanjutnya dan bermanfaat bagi mahasiswa pemasaran Universitas PGRI Madiun tentang pengaruh kualitas pelayanan, promosi penjualan dan citra merek terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengembangan penulisan karya ilmiah dimasa mendatang khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

b. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan memperdalam Pengetahuan. Memperkuat kemampuan berkomunikasi, peneliti belajar bagaimana mengkomunikasikan hasil penelitian mereka secara efektif dalam bentuk laporan,

presentasi, dan publikasi. Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan memahami tentang bagaimana sikap dan perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

c. Bagi Pihak Toko Handphone Maju Hardware Madiun

Memberikan sumbangan ide kepada Toko Maju Hardware Madiun bahwa hasil penelitian dapat membantu Toko Maju Hardware mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Serta diharapkan penelitian ini dapat membantu toko dalam mengidentifikasi dan memperbaiki inefisiensi dalam operasional toko, sehingga dapat meningkatkan penjualan.