

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada dewasa ini sangat pesat sehingga perusahaan dituntut bersaing ketat. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap *survive*. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan menggunakan produk tersebut.

Bagi perusahaan, pemasaran adalah ujung tombak penentu keberhasilan perusahaan. Untuk mempertahankan posisi dan bersaing dalam dunia usaha, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang baik dan tepat sehingga mampu bertahan dan bersaing dalam merebut pasar sasaran. Pemasaran merupakan aktivitas perusahaan yang menentukan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan dapat mempertahankan eksistensinya jika perusahaan tersebut mampu menyampaikan atau memasarkan produknya pada konsumen.

Apabila dalam memasarkan produknya pada konsumen tersampaikan, maka secara langsung kebutuhan konsumen terpenuhi. Maka dari itu seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen, teknologi juga selalu mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Untuk memenuhi kebutuhannya, konsumen selalu mempunyai pertimbangan yang berujung pada keputusan pembelian, hal ini disebut dengan perilaku konsumen.

Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Proses pembelian produk oleh konsumen dimulai ketika konsumen mengenal produk yang ditawarkan, serta informasi tentang produk yang digunakannya yang kemudian konsumen akan membuat perhatian akhir dengan menggunakan proses evaluasi untuk melaksanakan pengambilan keputusan. Konsumen dalam memutuskan untuk menggunakan suatu produk mempunyai pertimbangan-pertimbangan khusus berdasarkan kelebihan, kekurangan dan manfaat produk tersebut.

Perusahaan – perusahaan di Indonesia khususnya di Surabaya sudah mengikuti era kecanggihan teknologi saat ini, khususnya dalam menggunakan alat teknologi otomatis yang saat ini sudah banyak digunakan oleh perusahaan – perusahaan kecil maupun besar, swasta maupun negeri yang sekarang ini sudah di kategorikan sebagai standarisasi alat – alat kantor yaitu alat pencetak sidik jari otomatis (finger print) untuk fleksibilitas dalam melakukan pekerjaan khususnya dalam hal pengecekan daftar kehadiran.

Tabel 1.1

Jumlah Penjualan Unit Per-Bulan Tahun 2017

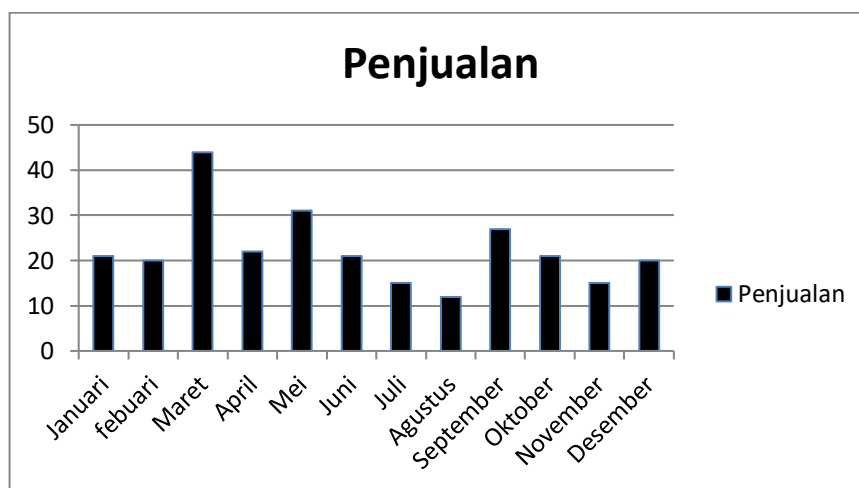
BULAN	PENJUALAN
Januari	21 Unit
Febuari	20 Unit
Maret	44 Unit
April	22 Unit
Mei	31 Unit
Juni	21 Unit
Juli	15 Unit
Agustus	12 Unit
September	27 Unit

Oktober	21 Unit
November	15 Unit
Desember	20 Unit
JUMLAH	269 Unit

Sumber: Data Penjualan Per-Unit Barang Elektronik
Finger Print di Fingerspot Indonesia

Gambar 1.1

Grafik Penjualan Per-Unit Bulan Januari Sampai Bulan Oktober Tahun 2017



Berdasarkan grafik penjualan di Fingerspot Indonesia di atas dapat kita lihat terjadi peningkatan dan penurunan yang signifikan dalam kurun waktu 10 bulan terakhir.

Maupun saat ini masih belum banyak perusahaan atau usaha – usahah dagang diluar sana yang masih belum menggunakan alat otomatis tersebut tetapi dengan seiring berkembangannya jaman dan semakin canggihnya alat – alat teknologi saat ini khususnya bagi negara – negara berkembang mau tidak mau harus terus mengikuti perkembangan teknologi dari tahun ke tahun agar tidak ketinggalan dari negara – negara maju di luar sana. Dan dari demikian itu banyak perusahaan – perusahaan yang menjualkan atau

memproduksi alat – alat teknologi tersebut khususnya dalam hal kebutuhan perlengkapan kantor khususnya di wilayah surabaya dan salah satunya ialah Fingerspot Indonesia

Terdapat pula perusahaan – perusahaan yang menjualkan produk yang sama dengan produk yang ditawarkan oleh Fingerspot Indonesia secara tidak sengaja muncul persaingan yang harus dialami oleh Fingerspot Indonesia. Banyak cara yang dapat dilakukan oleh Fingerspot Indonesia dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk elektronik khususnya dalam bidang peralatan kantor. Salah satunya dengan memperhatikan perilaku konsumen. Dengan memperhatikan perilaku konsumen perusahaan dapat mengetahui apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam membeli produk elektronik peralatan kantor di Fingerspot Indonesia. Konsumen dalam berperilaku pasti dapat dipengaruhi beberapa pengaruh seperti produk, harga, lokasi, promosi ini dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk.

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka dalam penelitian ini dapat ditarik judul, “ Variabel-variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam membeli Produk Finger Print di Fingerspot Indonesia” .

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah produk, harga, lokasi, promosi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan konsumen membeli finger print di Fingerspot Indonesia ?
2. Apakah produk, harga, lokasi, promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli finger print di Fingerspot Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, lokasi, promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli finger print di Fingerspot Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis produk, harga, lokasi, promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli finger print di Fingerspot Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan beberapa manfaat yang penulis harapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini nantinya antara lain :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan bukti secara empiris dalam pengembangan teori-teori manajemen pemasaran yang terkait dengan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk perusahaan dan mahasiswa yang ingin melakukan penelitian sejenis pada masa yang akan datang.