

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

Dewasa ini persaingan bisnis di bidang elektronik di Indonesia terutama di kota Sragen telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya toko elektronik yang tersebar di seluruh Kota Sragen. Toko elektronik tersebut menyediakan berbagai jenis produk elektronik yang senantiasa mengikuti perkembangan teknologi. Dengan begini masyarakat akan mudah mendapatkan informasi tentang perkembangan teknologi. Sifat manusia sendiri pada umumnya selalu ingin memenuhi kebutuhan akan barang, jasa dan informasi. Sedangkan barang, jasa dan informasi bersifat terbatas. Atas dasar inilah maka perusahaan perlu mengetahui produk-produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep pemasaran sendiri menempatkan pembeli sebagai pusat pemasaran.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan hidup, salah satu perusahaan perdagangan yang keberadaannya sangat dibutuhkan masyarakat saat ini adalah pertokoan. Dalam bidang usaha pertokoan ini, perilaku konsumen merupakan masalah yang sangat penting guna mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, karena dengan memahami perilaku konsumen, akan diperoleh beberapa petunjuk yaitu bagaimana cara memahami selera pembeli yang merupakan landasan bagi keberhasilan pemasaran.

Dari penjelasan di atas, maka toko elektronik harus dapat menarik perhatian konsumen dengan memberikan informasi produk-produk yang berkualitas baik, dan mengikuti perkembangan teknologi yang ada. Selain itu pelayanan yang memuaskan adalah cara utama untuk dapat memuaskan para konsumen. Apalagi persaingan dalam usaha perdagangan elektronik sangat ketat. Sehingga pedagang harus berupaya untuk memenangkan persaingan. Pedagang harus pandai dalam menentukan tempat dimana toko tersebut akan didirikan, menentukan harga dan melakukan promosi besar-besaran. Dengan usaha tersebut secara bertahap, maka pedagang dapat mengembangkan usahanya.

Di toko Kurnia Elektronik yang telah 12 tahun berdiri dan telah dikenal masyarakat kota Sragen dan sekitarnya menyediakan berbagai jenis peralatan elektronik, alat-alat listrik dan menyediakan jasa service elektronik. Pemilik toko harus dapat mempertahankan nama baik yang telah lama mereka dapat dengan terus memperbaiki pelayanan dengan terus meminta pendapat para pelanggan, apakah pelayanan mereka sudah dapat memuaskan dan meminta saran untuk kemajuan toko.

Di pihak lain, kondisi perekonomian yang tidak tentu membuat para konsumen semakin selektif dalam memilih barang-barang yang akan mereka konsumsi. Perubahan alasan dalam memilih barang yang akan dikonsumsi sudah mulai terlihat pada minat konsumen dalam membeli produk elektronik. Produk elektronik merupakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan

masyarakat dalam bidang hiburan dan dapat membantu pekerjaan rumah. Di dalam melakukan pembelian, konsumen memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu faktor lokasi, harga, fasilitas dan pelayanan. Berdasar uraian di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul:

**"PENGARUH LOKASI, HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK ELEKTRONIK DI TOKO KURNIA ELEKTRONIK SRAGEN".**

#### **B. RUMUSAN MASALAH**

1. Apakah variabel lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?
2. Apakah variabel harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?
3. Apakah variabel fasilitas berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?
4. Apakah variabel pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?
5. Variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?
6. Apakah variabel lokasi, harga, fasilitas, pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen ?

### C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel lokasi terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel harga terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel fasilitas terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel pelayanan terhadap minat beli konsumen pada produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.
5. Untuk mengetahui variabel yang paling dominan terhadap minat beli pada pembelian produk elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel lokasi, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap minat beli konsumen pada elektronik di Toko Kurnia Elektronik Sragen.

#### **D. MANFAAT PENELITIAN**

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran kepada perusahaan untuk mengetahui masalah perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian di Toko Kurnia Elektronik Sragen.

2. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan pengalaman dari penelitian yang dilakukan serta dapat menerapkan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh dalam praktek di perusahaan.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai tambahan informasi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang sejenis.

## **E. SISTEMATIKA SKRIPSI**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematika Skripsi

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Pengertian Manajemen Pemasaran
  - 1. Pengertian perilaku konsumen
  - 2. Teori perilaku konsumen
  - 3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen
  - 4. Tahap-tahap proses keputusan membeli
  - 5. Pengertian produk
  - 6. Pengertian harga
  - 7. Implikasi perilaku konsumen terhadap perumusan strategi pemasaran
- B. Hipotesis Penelitian
- C. Hasil Peneliti Terdahulu
- D. Perbedaan Penelitian Terhadap Peneliti Terdahulu

### BAB III PROSEDUR PENELITIAN

#### A. Metode Penelitian

1. Ruang lingkup penelitian
2. Data dan sumber data
3. Populasi dan sampel

#### B. Kerangka Pemikiran

#### C. Metode Pengumpulan Data

#### D. Teknik Analisis Data

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Obyek Penelitian

#### B. Hasil Penelitian

#### C. Pembahasan

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN