

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan di era digital 4.0 semakin ketat dengan adanya globalisasi yang mendorong munculnya *streamline commerce* yang menyebabkan dunia seolah-olah tanpa batas. Banyak organisasi bersaing satu sama lain untuk menarik pembeli melakukan pembelian. Untuk menarik perhatian yang sah dari pembeli ini, dominan untuk memiliki kualitas produk, promosi yang kuat, harga yang murah dibandingkan dengan pesaing, dan memiliki hubungan yang baik dengan klien/Promosi Hubungan. Organisasi harus mampu dari waktu ke waktu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan terus-menerus.

Persaingan yang ketat diantara pengusaha Alat Tulis Kantor (ATK) menuntut pengusaha memiliki pemasaran yang baik untuk dapat bertahan. Banyaknya jumlah pengusaha Alat Tulis Kantor (ATK) membuat harga pun semakin ketat, hal itu jelas berpengaruh terhadap pendapatan para pengusaha. Untuk menghadapi persaingan yang semakin meningkat tersebut, bisnis usaha Alat Tulis Kantor (ATK) perlu membuat, menyusun, dan menetapkan pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk memenangkan persaingan, dan melanjutkan kegiatan usaha atau bisnis tersebut. Berikut perkembangan peringkat penjualan Alat Tulis Kantor (ATK) Bandar Lampung, berdasarkan hasil prasarvei kepada 30 responden yang dilakukan oleh peneliti pada Januari 2022 dengan menyebar kuesioner :

Tabel 1.1 prasarvei perkembangan peringkat penjualan Alat Tulis Kantor (ATK) Bandar Lampung kepada 30 responden

Nama Toko	Jumlah Persentase
Deoni	32%
Phuspin	27%
Gramedia	24%
Fajar agung	17%

Sumber: *Data Diolah Peneliti 2022*

Tabel 1.1 Berdasarkan prasarvei kepada 30 responden yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa responden lebih memilih membeli Alat Tulis Kantor (ATK) di Deoni sebanyak 32%, untuk Phuspin sebanyak 27%, sedangkan Gramedia 24%, dan Fajar Agung 17%. Phuspin merupakan Penjual Alat Tulis (ATK) yang sudah mampu menduduki posisi ke dua yang dipilih oleh responden walaupun phuspin terbilang baru tetapi mampu memikat hari pelanggannya.

Salah satu perusahaan yang berkembang pesat dalam penjualan Alat Tulis (ATK) adalah Pushpin. Produk yang diperjual belikan bermacam-acam dari yang harganya murah sampai yang harganya mahal. Semua harga tergantung kualitas produk yang ditetapkan. Banyak masyarakat yang dalam kesehariannya menggunakan peralatan alat tulis. Seperti buku, pena atau pulpen dan Alat Tulis Kantor lainnya yang dibutuhkan masyarakat.

Kotler dan Amstrong (2002) mengatakan bahwa keputusan pembelian konsumen adalah tindakan dari konsumen dalam memutuskan untuk mau membeli atau tidak suatu produk. Sudah banyak penelitian yang meneliti mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diantaranya, Menurut Mutia, Mailisa dan Safitri (2018) meneliti di Caffe Bite dan Co

Lamprit Banda Aceh mendapatkan bahwa nilai, pertukaran verbal, dan area mempengaruhi pilihan pembelian. Sedangkan menurut titi hartati, (2020) yang meneliti di kedai kopi janji jiwa yang mendapatkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, citra merek, variasi produk, viral marketing, rasa, bundling item, area, administrasi, udara toko, kemajuan, pengejaran bermacam-macam. Guruh taufan haryadi, (2015) yang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen berbelanja di mini market yaitu: produk, harga, promosi, saluran distribusi, pelayanan, fasilitas.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya untuk mengetahui faktor apasaja yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor di Pushpin Bandar Lampung, dilakukan prasurvey dengan menyebarkan kuesioner sementara dari factor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen kepada 30 responden dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut ini.

Tabel 1.2 Pertanyaan Kuesioner Prasurvey Konsumen Pushpin Bandar Lampung

No	Pernyataan
1.	Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembeli konsumen ?

Sumber: *Data Diolah Peneliti 2022*

Tabel 1.2 Berdasarkan prasurvei yang dilakukan kepada 30 konsumen yang membeli Alat Tulis Kantor (ATK) di Pushpin Bandar Lampung dan didapat 11 faktor yang mempengaruhi pembeli untuk membeli Alat Tulis Kantor (ATK) yaitu : faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor citra merek, faktor varian produk, faktor suasana toko, faktor minat konsumen, faktor gaya hidup, faktor distribusi. Berdasarkan fenomena jumlah pengunjung atau konsumen yang ingin

membeli alat tulis kantor terus bertambah. Banyak review positif yang disampaikan konsumen mengenai pembelian alat tulis kantor, selain harganya yang terjangkau dan peralatan yang dijual sangat lengkap. Phuspin juga melayani pembelian melalui social media sehingga konsumen lebih mudah untuk mengetahui apakah barang yang diinginkan ada atau tidak. Tetapi masih adanya review negatif yang direspon oleh para konsumen, menunjukkan bahwa masih adanya faktor yang menyebabkan adanya review negatif di Phuspin, kondisi ini perlu dievaluasi kembali dalam penelitian ini. Menurut Ardianti dan Widiartanto (2019), dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa Aktif FISIP UNDIP)” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa online consumer review dan online customer rating berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian melalui Shopee.

Melihat fenomena tersebut, maka diperlukan sebuah analisis yang menyeluruh untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Peter dan Olso (2014) menyatakan bahwa minat beli konsumen sebagai rencana keputusan atau niat untuk membeli produk atau merek yang sama. Minat beli pembeli atau tujuan beli pembeli adalah peristiwa yang terjadi ketika pelanggan dijiwai oleh faktor luar yang muncul ketika pembeli tertarik untuk mengatur dan berharap untuk membeli. bahkan sampai memutuskan untuk melakukan pembeliannya terhadap produk atau merek yang sama.

Keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk (Schiffman dan Kanuk, 2002). Oleh karena itu, navigasi pembelian pembeli adalah proses memilih salah satu dari beberapa pemikiran

kritis elektif dengan pengembangan asli. Setelah itu pelanggan dapat menilai keputusan dan selanjutnya dapat memutuskan sikap yang akan diambil langsung

Penelitian ini tertarik untuk mengetahui faktor apa yang perlu di pertimbangkan dalam memilih Alat Tulis Kantor (ATK). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor dominan apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) Pushpin Bandar Lampung. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menjadikan Pushpin sebagai objek pengamatan dalam pembuatan skripsi. Penelitian ini juga dominan untuk masukan bagi pemilik untuk mengetahui Faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan di Pushpin Bandar Lampung hal tersebut yang menjadikan alasan utama dipilihnya objek dengan judul “**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT TULIS KANTOR (ATK) DI PUSHPIN BANDAR LAMPUNG**”.

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Agar tujuan penelitian dapat tercapai, maka penulis membuat ruang lingkup penelitian sebagai berikut :

1.2.1. Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli perlengkapan Alat Tulis Kantor (ATK) Pushpin Bandar Lampung.

1.2.2. Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek dalam penelitian ini adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian meliputi faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor citra merek, faktor varian produk, faktor suasana toko, faktor minat konsumen, faktor gaya hidup, faktor distribusi pada keputusan pembelian.

1.2.3. Ruang Lingkup Tempat

Ruang lingkup tempat pada penelitian ini adalah Pushpin Bandar Lampung meliputi:

1. Push Pin Kedaton Jl. ZA. Pagar Alam No.17, Labuhan Ratu, Kec. Kedaton, Kota Bandar Lampung di samping Flyover (Teuku Umar-Z.A Pagar Alam).
2. Push Pin Sumur Batu Jl. Diponegoro No.88 EFG, Sumur Batu, Kec. Tlk. Betung Utara, Kota Bandar Lampung kalau dari Lungsir sebelah kiri.
3. Push Pin Antasari Jl. Pangeran Antasari No.143-144, Tj. Baru, Kedamaian, Kota Bandar Lampung.
4. Jl. Teuku Cik Ditiro No.8, Sumber Rejo, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung 35155.

1.2.4. Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Oktober 2021 sampai dengan selesai.

1.2.5. Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan dalam penelitian ini adalah manajemen pemasaran yang menyangkut tentang faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) meliputi faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor citra merek, faktor varian produk, faktor suasana toko, faktor minat konsumen, faktor gaya hidup, faktor distribusi pada keputusan pembelian.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas rumusan dalam penelitian ini adalah Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) di Pushpin Bandar Lampung?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) di Pushpin Bandar Lampung.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1.5.1 Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah bekal wawasan baik secara teoritis maupun penerapan teori yang diperoleh selama berada di bangku kuliah dengan realita yang terjadi.

1.5.2 Bagi Perusahaan

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan informasi dan masukan oleh toko untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Pushpin Bandar Lampung tersebut untuk dapat mempertahankan konsumen.
2. Sebagai suatu penelitian yang dapat di jadikan salah satu acuan untuk mengatasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK) meliputi faktor kualitas produk, faktor harga, faktor pelayanan, faktor lokasi, faktor promosi, faktor citra merek, faktor varian produk, faktor suasana toko, faktor minat konsumen, faktor gaya hidup, faktor distribusi pada keputusan pembelian.

1.5.3 Bagi Institusi atau Pihak Lain

Dapat dijadikan acuan dalam penelitian lain untuk pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi yang berkaitan dan menambah literature dan refrensi perpustakaan.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang terbatas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini memuat tentang teori dan pengertian yang berkaitan atau berhubungan dengan harga, lokasi, produk, pelayanan, dan promosi, landasan teori, serta berbagai referensi yang mendukung, hubungan keempat variabel tersebut dengan variabel keputusan pembelian beserta, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, variabel penelitian, definisi, oprasional variabel, metode analisis data, serta pengujian hipotesis.

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan pengumpulan data

serta analisis data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisis apa saja yang tepat untuk digunakan.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan, analisis data yang dilakukan dan pembahasan, yang dikaitkan dengan teori dan penelitian terkait.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini memuat kesimpulan dan hasil penelitian serta saran-saran yang berhubungan dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN