

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis, kualitas barang sangat mempengaruhi daya tarik pembeli terhadap suatu barang/jasa yang diberikan penjual kepada konsumen sehingga mereka berminat memiliki barang yang ditawarkan. Terlepas dari kualitas Produk, harga dan promosi juga memainkan peran penting dalam menarik konsumen sehingga mereka perlu membeli barang yang diiklankan oleh penjual. Keputusan pembeli karena adanya kualitas yang baik, desain produk yang menarik, harga yang terjangkau dan brand yang bagus sehingga konsumen tidak lagi bingung terhadap pilihannya dalam memilih sebuah produk yang diinginkan.

Pilihan pembeli ini sangat mempengaruhi peningkatan dalam sebuah perusahaan menambah nilai *income* dalam perusahaan. Demikian pula, promosi juga memengaruhi pilihan pembeli terhadap produk yang mereka inginkan Menurut (Batubara, Silalahi, Sani, Syahputri, & Liana, 2022: 1327-1342) promosi artinya bagian terpenting dari pemasaran sehingga akibatnya bisa menyebabkan suatu perusahaan dapat meluncurkan banyak proyek baru.

Barang atau produk yang menarik dipandang dari desain dan harganya sehingga akibatnya dapat membangkitkan keinginan pelanggan buat membeli barang atau produk tersebut. Jumlah barang atau produk yang ditawarkan harus sesuai dengan biaya dan sifat barang atau produk tersebut. Semakin banyak

perolehan suatu barang atau produk maka akan memperluas keuntungan sebuah perusahaan. Asumsi penjual atau perusahaan juga mempengaruhi jumlah pembeli karena biaya yang ditanggung pembeli mendorong mereka buat membeli produk.

Fenomena yang terjadi pada saat ini ialah banyaknya persaingan antar penyedia buket atau peralatan kado misalnya Toko Buket Bunga, Toko Bunga Hidup Rose/Ester, Toko Tata Florist, Bunga Segar dan Lain-lainnya yang ada di kota Palembang tentu fenomena ini sering terjadi karena daya saing antar toko yang begitu ketat baik bersaing masalah harga, kualitas produk ataupun promosi.

Seperti yang mungkin kita ketahui, perusahaan perlu melakukan upaya yang kuat untuk membuat strategi penting dalam mempromosikan barangnya, seperti dalam menghadapi kompetisi yang ekstrim dengan pesaingnya. Pada dasarnya semakin banyak kompetisi, maka semakin banyak pula peluang bagi para pelanggan untuk dapat memilah produk yang mereka harapkan. Jadi hasil dalam perkembangan ini klien lebih berhati-hati serta cerdas dalam memilah barang yang ada di toko maupun dipasar.

Masyarakat kini mulai cerdas untuk menentukan sesuatu produk, sehingga mereka akan menerima kegunaan atau keuntungan yang mereka cari dari barang/produk yang ditawarkan dan merasa puas atas manfaat yang ia rasakan. Sehingga mereka tidak ragu-ragu untuk mengeluarkan biaya lagi untuk mendapatkan produk yang memiliki kualitas terbaik. Persaingan ketat dalam kompetisi di dunia bisnis akan posisi pemasaran untuk selalu mengembangkan dan merebut hati para konsumen agar tertatik dalam produk kita ditawarkan.

Permintaan dan keinginan pelanggan cenderung berubah-ubah serta

meningkat dari waktu-ke waktu. Oleh karena itu, untuk mengetahui produk yang benar-benar dibutuhkan untuk memenangkan persaingan bisnis maka perusahaan harus melakukan penelitian pemasaran. Salah satu faktor yang menjadi keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan adalah keputusan pembelian pelanggan. Mempelajari proses keputusan pembelian pelanggan tidaklah mudah karena mereka mempertimbangkan berbagai unsur dalam sebuah produk, sehingga hadiah atau kaitannya dengan momen spesial. Hadiah atau kado yang diberikan dapat berupa barang hiasan, barang yang memiliki fungsi hias dan pakai, atau bahkan barang yang dapat dikonsumsi. Semua itu merupakan bentuk apresiasi terhadap hal yang telah dilakukan.

Selama beberapa tahun terakhir, pelaku bisnis UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Baik organisasi kecil, sedang, dan, yang mengejutkan, organisasi besar. Dari para pelaku bisnis UMKM tersebut, telah menghasilkan beberapa produk yang diidamkan oleh konsumen, seperti by bunga bouquet. Salah satu UKM yang bergerak di bidang souvenir adalah *Toko TNT Party Shop* Palembang yang beralamat di Jl. Silaberanti Plaju, 9/10 Ulu Kec. Di seberang Ulu 1 ada toko karangan bunga yang menyediakan bermacam-macam membentuk buket, peralatan mengulang tahun dan membentuk hadiah lainnya.

Bentuk dari buket bunga itu sendiri sebenarnya hanyalah sebuah kado bunga tertentu yang sudah di buket atau bisa juga diisi dengan berbeagai hal seperti kue atau hal-hal yang disukai orang tersebut. Persoalannya tentu kita semua tidak bisa menyebarkan ide-ide kreatif tersebut atau bisa menata bahan-

bahan yang ada menjadi bunga-bunga yang dijadikan karangan yang bagus dan indah. Ada banyak sekali model dan jenis rangkaian rangkaian bunga yang dibuat menjadi kado yang sangat cantik dan sangat mewah. Terutama jika barang-barang tersebut benar-benar berkembang dengan warna dan jenis tertentu, seseorang lebih puas dengan kelengkapan barang ini dibandingkan dengan barang lainnya. Mungkin Anda adalah salah satu dari individu tersebut.

Akhir-akhir ini harga rangkaian bunga telah mengalami kenaikan harga sehingga toko bunga TNT party shop Palembang menjadi pilihan terbaik karena toko ini menjual rangkaian bunga dengan harga terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang bagus. Jadi tidak perlu bersusah payah lagi membuat buket bunga maupun buket snack. Banyak jenis dan ragam buket yang ada, bisa juga memesan sendiri sesuai dengan *request*. Untuk ketentuan harga biasanya bervariasi, ada yang murah ada pula yang mahal. Mahal atau murah nya harga buket bunga biasanya ditentukan dari berapa banyak isinya dan jenis bunga itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti ingin merasa tertantang dalam meneliti penelitian ini yang diberikan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen TNT Party Shop Palembang”**

1.2 Rumus Masalah

Sehubungan dengan latar belakang di atas dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada Pengaruh Kualitas Produk secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
2. Apakah Ada Pengaruh harga Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
3. Apakah ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
4. Apakah ada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop* Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan apakah kualitas produk secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
2. Untuk menentukan apakah harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
3. Untuk menentukan apakah promosi secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop* Palembang?
4. Untuk menentukan apakah kualitas produk, harga dan promosi secara

simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen *TNT Party Shop Palembang*?

1.4 Manfaat Penelitian

Faedah yang didapatkan diperoleh dari penelitian ini meliputi :

1. Untuk Universitas PGRI Palembang

Hasil penelitian ini dapat meningkatkan opsi informasi yang tersedia bagi mahasiswa dan memperluas pengetahuan serta referensi para mahasiswa lainnya.

2. Bagikan Toko TNT Party Shop Palembang

Peneliti ini memberikan informasi mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan kepada *TNT Party Shop Palembang*.