

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis, pertumbuhan dan kompetisi berlangsung dengan sangat cepat. Setiap perusahaan diharuskan untuk lebih bijak dalam menjalankan posisinya di pasar yang senantiasa kompetitif. Dalam menjalankan kegiatan pada bisnis, setiap perusahaan berupaya untuk memenuhi keinginan konsumen dengan pengembangan strategi pemasaran yang efisien dalam menghadapi adanya persaingan. Misi dalam perusahaan tersebut ialah meraih keuntungan sebesar-besarnya, meningkatkan volume pada penjualan dan memperluas pangsa pasar. Strategi pemasaran diterapkan pada perusahaan yang berkaitan dengan metode penjualan produk yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Di tengah krisis global yang melanda dunia, aktivitas promosi dimanfaatkan untuk lebih mengenalkan dan memperluas jangkauan barang yang dipasarkan. Tujuan dari hal itu adalah untuk mengundang konsumen agar membeli barang tersebut.

Salah satu peluang ekonomi yang terus muncul ialah bisnis mainan. Bisnis mainan ialah salah satu sektor yang terus tumbuh sejalan dengan meningkatnya kebutuhan konsumen terhadap produk-produk hiburan dan edukasi untuk anak-anak. Dalam bisnis ini, inovasi, keamanan produk, dan pemahaman terhadap preferensi konsumen menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan perusahaan. Salah satu perusahaan yang memiliki peran signifikan di industri mainan adalah *Jadoo toys*. *Jadoo toys* telah membangun reputasi yang kuat dengan

menawarkan mainan yang dirancang untuk berbagai segmen usia, mulai dari bayi hingga anak-anak usia sekolah. Produk-produk mereka tidak hanya berfungsi sebagai alat bermain tetapi juga membantu dalam perkembangan motorik, kognitif, dan kreativitas anak-anak. Dengan kombinasi kreativitas dan kualitas, Jadoo *toys* berhasil menarik perhatian pasar lokal maupun global.

Mainan untuk anak-anak telah menjadi hal penting dalam pertumbuhan setiap anak. Jumlah anak yang memerlukan mainan sangat banyak, sejalan dengan bertambahnya jumlah anak yang ada di Indonesia, termasuk di Lumajang. Pada wilayah Lumajang terdapat sejumlah toko mainan yang tersebar di beberapa kecamatan. Meski tergolong baru Toko Jadoo *Toys* berkembang menjadi toko yang mengalami peningkatan cukup baik diantara usaha sejenis yang mungkin sudah berdiri lebih lama. Menurut survey pendahuluan yang dilakukan pada website terdapat data mengenai jumlah toko penjual mainan yang ada di Lumajang yang dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

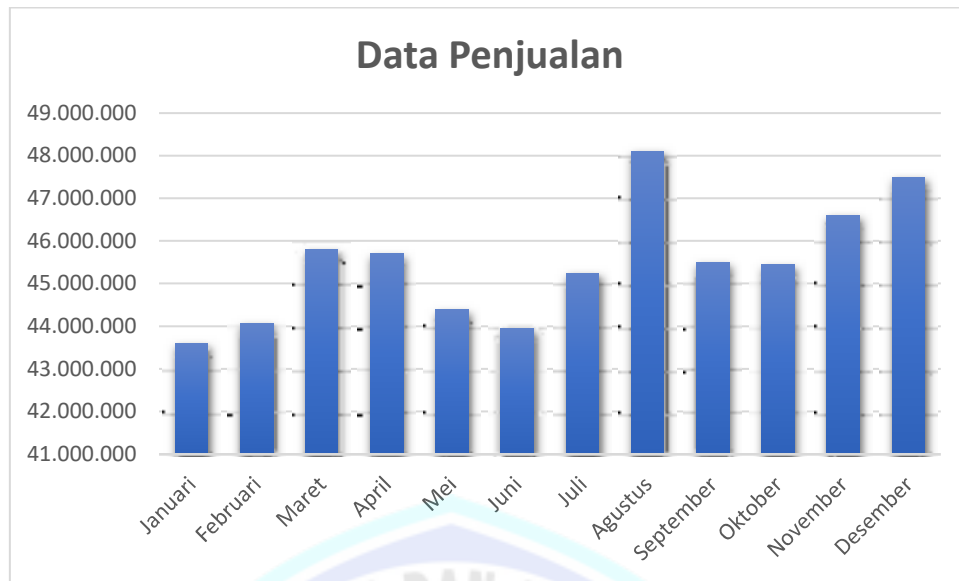
Tabel 1. 1 Data Toko Mainan Di Lumajang

No	Data Toko
1	Toko mainan A2+
2	Fajar <i>Toys</i>
3	Asia <i>Toys</i>
4	Toko Terang Jaya
5	Agen Mainan Nuril Hidayah
6	Bintang Boneka
7	Rawi <i>Toys</i>
8	Danis <i>Toys</i>
9	Toko Mainan Anak Putri Tunggal
10	Azzam <i>Toys And Fashion</i>
11	Bang Jul
12	Dahama <i>Toys</i>

Sumber: Website toko mainan di Lumajang (www.ulastempat.com)

Berdasarkan Tabel 1.1 terdapat kurang lebih 12 toko yang menawarkan mainan anak-anak yang tersebar di Kabupaten Lumajang. Toko Jadoo *Toys* adalah salah satu toko yang menyediakan grosir dan ecer mainan yang terletak di Jalan flamboyan, Tempeh Lor, Kabupaten Lumajang. Toko ini telah berdiri sejak 2013. Pengusaha toko mainan di Lumajang sangat bijak dalam menentukan lokasi dan segmentasi untuk mencari peluang usaha, lokasi yang dipilih berada di sekitar sekolah, perumahan serta dekat dengan pusat perbelanjaan. Semakin banyaknya jumlah toko mainan, maka variasi pada produk yang ditawarkan dimanapun akan semakin beragam jenis yang tersedia. Perilaku konsumen dianggap sangat krusial bagi perusahaan karena perilaku ini merupakan faktor utama dalam persaingan pasar. Perusahaan perlu mampu mengidentifikasi karakteristik konsumen agar konsumen menjadi calon pembeli yang potensial.

Namun, di tengah perkembangan industri yang pesat, Jadoo *toys* menghadapi sejumlah permasalahan yang berpotensi memengaruhi keberlanjutan bisnisnya. Persaingan yang semakin ketat menjadi salah satu tantangan utama, terutama dengan munculnya banyak kompetitor baru yang menawarkan mainan berbasis teknologi dan harga yang kompetitif. Dampak persaingan ini mengakibatkan semakin ketatnya iklim dalam persaingan pelaku usaha pada sektor bisnis grosir dan eceran, seperti harga yang kompetitif, layanan yang cukup memuaskan, pelayanan ketersediaan barang, serta lokasi yang strategis. Selain itu, perubahan perilaku konsumen, terutama generasi muda yang lebih memilih mainan berbasis digital, mendorong Jadoo *toys* untuk terus berinovasi agar tetap relevan di pasar.



Gambar 1. 1 Data Penjualan Jadoo Toys Lumajang Tahun 2024

Sumber: Jadoo Toys Lumajang

Berdasarkan data gambar 1.1 dinyatakan bahwa penjualan Toko Jadoo Toys Tahun 2024 dari bulan Januari hingga Desember terlihat penjualan tidak stabil. Pada bulan Agustus dan Desember mengalami peningkatan yang cukup drastis. Hal ini dikarenakan pada bulan Agustus adanya event karnaval dan Desember yaitu tahun baru. Sedangkan bulan – bulan yang lainnya mengalami penurunan. Melalui pra survey yang dilakukan kepada pengunjung toko, peneliti menemukan beberapa faktor penghambat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang terjadi pada Jadoo Toys .

Pertama adalah permasalahan harga, sebagian konsumen menyatakan harga produk yang membeli banyak sama dengan membeli sedikit sehingga perlu diadakannya diskon pada barang-barang tertentu. Kedua pada faktor penataan toko, penataan produk yang kurang tertata dengan baik sehingga konsumen merasa kesulitan dalam menentukan barang yang akan dibeli, *display* atau sampel produk

yang relatif sedikit sehingga kurang menarik konsumen yang datang, penggunaan gudang yang kurang tertata dengan rapi sehingga sulit untuk mengecek stok barang. Ketiga kualitas pada barang, pelanggan tidak akan membeli produk yang memiliki kualitas yang buruk. Para pembeli masih ragu pada kualitas produk karena belum adanya kepercayaan terhadap produk mainan yang dijual. Berdasarkan faktor-faktor yang ada dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai masih terdapat kekurangan yang dimiliki toko terutama berkaitan dengan diskon harga, penataan, dan kualitas produk saat menjadi faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sehingga menurut peneliti perlu dilakukan kajian mengenai pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian di *Jadoo Toys*.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dalam menyelesaikan masalah ketika seseorang bertransaksi barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya, yang terdiri dari mengenali kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi alternatif pembelian, menentukan keputusan pembelian serta perilaku setelah pembelian. Keputusan pembelian berkaitan dengan rencana konsumen dalam mendapatkan produk/jasa yang dibutuhkan dalam periode tertentu. Saat ini, konsumen sangat teliti dalam memilih suatu produk, keputusan pembelian suatu barang. Perusahaan bersaing dalam menciptakan kesadaran merek yang optimal guna menarik perhatian konsumen agar melakukan pembelian. Dan apakah produk ini menjadi bagian dari gaya hidup seseorang guna mendorong keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

Di dalam era persaingan yang sangat ketat, perusahaan perlu memperhatikan aspek harga, karena penetapan harga yang tinggi atau rendah sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli di suatu tempat. Untuk memperoleh keunggulan dalam persaingan harga, biasanya perusahaan akan memberikan potongan harga. Pembelian dengan diskon dilakukan guna mempercepat proses pada pengambilan keputusan dalam berbelanja. *Price discount* merupakan penurunan harga dari harga reguler sebuah produk yang diberikan oleh perusahaan. *Price discount* merupakan strategi yang sering diterapkan perusahaan yang digunakan untuk meningkatkan pembelian konsumen serta menarik pelanggan baru. Karena, secara logis dengan adanya diskon harga, konsumen berpikir bahwa mereka akan memperoleh lebih banyak barang dengan jumlah uang yang lebih sedikit (Wilujeng 2017).

Selain itu, *In store display* atau penataan produk didalam toko merupakan aktivitas merencanakan penempatan barang di dalam ruangan agar menarik minat pembeli untuk membeli barang yang ada, serta menciptakan tampilan produk yang mudah dilihat dan dapat dijangkau oleh calon konsumen Noor, et.al., (2020). Memajang produk di toko dan di etalase memiliki pengaruh signifikan terhadap penjualan, dan jika bahan-bahannya teritegras, hal ini dapat terlihat dan dirasakan sebagai promosi suatu produk yang dapat memperkuat posisi merek tersebut (Faisal 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang terjadi di Jadoo Toys ialah kualitas produk, pelanggan tidak akan membeli barang dengan kualitas yang rendah. Kualitas produk merupakan pandangan pelanggan mengenai totalitas

kualitas atau keunggulan dari suatu produk yang dipasarkan Najib, et.al., (2022). Yang dimaksud kualitas disini adalah terletak dari kemampuan barang, kekuatan barang, dan ukuran sebuah produk yang menjadi indikasi sebuah kualitas produk.

Berdasarkan beberapa penelitian dinyatakan bahwa potongan harga dan *display* tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, namun demikian penelitian yang dilakukan Muhammad Habib Auliya, Fitri Eka Aliyanti (2023) menyatakan bahwa potongan harga dan *display* tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Julietha Lindasari Fortuna Natalia, Andrian, Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo (2023) menyatakan bahwa citra merek, kualitas produk, serta diskon memberikan pengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Devy M.Puspitasari, Risma Herdian (2021) ditemukan bahwa kualitas produk dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Potongan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena diatas maka tujuan pada penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh *price discount*, *in store display* dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen jadoo toys. Seringkali pelanggan yang datang ke jadoo toys kebanyakan orang yang hanya sekedar melihat-lihat ataupun mengecek apakah ada produk yang terbaru. Dengan adanya hal tersebut terjadilah keputusan pembelian. Selain itu juga, hal ini menjadikan perbedaan antara penelitian sebelumnya yang dimana didalam penelitian ini

melakukan penelitian terkait *discount* yang diburu oleh banyak orang. Oleh karena itu, peneliti berminat untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Price Discount, In Store Display* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Jadoo Toys Lumajang**”.

1.2. Batasan Masalah

Agar penelitian dlebih mudah dilakukan, perlu ditetapkan batasan masalah untuk menghindari perbedaan pandangan yang bisa menyebabkan kesalahpahaman bagi pembaca. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. *Price discount* yang dimaksud adalah potongan harga yang diberikan oleh pihak Jadoo Toys pada konsumen grosiran dan eceran.
- b. *In store display* pada penelitian ini yaitu tata letak yang ada didalam toko yang mencakup tata letak etalase, produk, dan label harga yang ada di dalam toko Jadoo Toys.
- c. Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian tersebut yaitu persepsi pada responden terhadap kualitas produk Jadoo Toys.
- d. Keputusan Pembelian yang dimaksud merupakan persepsi pada responden terhadap pembelian yang telah dilakukan.
- e. Responden dalam penelitian ini ialah konsumen Jadoo Toys.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah, maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *price discount* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang?

2. Apakah *in store display* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *price discount* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *in store display* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Jadoo Toys Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, baik secara praktis maupun teoritis meliputi:

a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memperluas pengetahuan, terutama dalam ilmu manajemen pemasaran. Terutama untuk menguji teori mengenai pengaruh *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan referensi serta menjadi inspirasi bagi kalangan akademis dalam penelitian yang akan datang

dengan harapan mampu memperbaiki kelemahan dan menciptakan ide-ide baru dimasa yang akan datang berkaitan dengan adanya *price discount*, *in store display*, serta kualitas produk pada keputusan pembelian konsumen.

2) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan mengembangkan kemampuan di dalam bidang pemasaran, terutama mengenai pengaruh dari *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk sebagai strategi pemasaran mainan untuk memahami keputusan pembelian. Disamping itu, juga menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) di Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan pembelajaran, referensi atau saran dan menambah pengetahuan dimasa depan untuk peneliti lain dalam melakukan penelitian pada pengaruh *price discount*, *in store display*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Jadoo Toys Lumajang.

4) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi penjualan. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan manajemen perusahaan dengan lebih efektif.