

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha kian kompetitif, bermunculan entitas bisnis baru berkompetisi memasarkan produknya ke publik. Industri komponen cadangan kendaraan roda dua memainkan peran krusial, menunjang kelancaran transportasi. Individu yang peka terhadap arah perkembangan pasar memanfaatkan kondisi, guna ladang peluang usaha, salah satunya sektor distribusi *sparepart*. *Sparepart* bagian esensial bermotor, penyusunan melalui berbagai tahap manufaktur, dari struktur mesin hingga komponen bodi. Demikian, eksistensi toko yang menyediakan *sparepart* sepeda motor menjadi kebutuhan tidak terelakkan bagi publik.

Diego motor merupakan toko *sparepart* motor dan service yang berlokasi di Jalan. Kyai Ghozali no.60 Lumajang. Pemilik toko ini Bapak Herdin dengan jumlah karyawan 8, toko ini menyuguhkan perangkat pengganti roda dua bagi beragam segmen merek dan tipe, diselaraskan arus preferensi pasar kontemporer. Diego Motor sendiri sudah terkenal diberbagai kalangan masyarakat Lumajang, buka toko mulai jam 08.00 -16.30 dan buka kembali jam 18.00-21.00. Diego Motor menjual variasi motor secara lengkap diantaranya *velg*, *footstep*, *visor*, master ram dan *sparepart* lainnya. Dipercayai pembeli karena memiliki pelayanan yang baik, barang yang dijual berkualitas sangat bagus dan salah satu toko di Lumajang yang buka s ampai jam 9 malam, sehingga ramai pembeli.

Dimana pebisnis harus bisa melayani pembeli dengan baik disetiap waktunya, agar bisa terus bersaing dengan toko-toko lainnya yang mengutamakan harga dan kualitas produknya. Pemasaran yaitu mekanisme strategis dalam menggali hasrat dan ekspektasi konsumen, menghadirkan solusi bentuk produk maupun jasa, menyuarakan nilai intrinsik dari penawaran tersebut, merajut relasi jangka panjang pelanggan agar usaha meraih loyalitas konsumen dan memperoleh hasil imbal yang optimal (Putri et al., 2021).

Fenomena yang ditemukan di Diego Motor yaitu tata letak toko yang rapi sehingga memudahkan pelanggan dalam mencari produk yang dibutuhkan dan adanya konsumen ramai yang datang setiap harinya, operasional berlangsung pukul 08.00 hingga 21.00 WIB. Ini menjadi pusat perhatian bagi calon konsumen, karena jarang ada toko sparepart motor yang buka sampai malam hari.

Keputusan pembelian yaitu proses dilakukan oleh konsumen, mengarahkan individu pada pemilihan komoditas pasaran. Sanjaya (2015) mengindikasikan keputusan pembelian untuk melengkapi konsumen mengenai pengetahuan ragam barang dan indikator penting, menilai opsi barang, mempertimbangkan pilihan guna membentuk keputusan seleksi konsumen.

Kualitas produk aspek esensial patut memperoleh perhatian di dalam produk guna *buyer* berpersepsi legah dapat terus memilih produk yang sama. Menurut Elini & Syaifullah (2022) kualitas produk ialah produk yang memiliki kapabilitas dalam mewujudkan taraf nilai yang diantisipasi oleh konsumen guna merealisasikan kebutuhan secara faktual. Fakta itu selaras oleh Imaningsih & Rohman (2018), (Dian & Prajanti, 2019) mengindikasi kualitas produk

berpengaruh positif dan signifikan terkait keputusan pembelian, alasannya karena memiliki korelasi yang kuat. Sedangkan menurut Supriyadi et al (2017) mengemukakan kualitas produk tiada berpengaruh terkait keputusan pembelian, dikarenakan konsumen lebih fokus pada fitur / fungsi spesifik dari suatu produk.

Digital marketing saat ini memiliki peran penting dalam dunia bisnis distrategi pemasaran modern. Digital marketing merupakan struktur proses penjualan saluran digital, sarana daring yang meluas. Digital marketing meliputi berbagai platform termasuk media sosial, iklan online, email marketing, konten marketing, *search engine optimization* (SEO).

Menurut Onsardi et al (2022) mengindikasikan Digital Marketing berpengaruh signifikan dan positif terkait keputusan pembelian, karena penerapan digital marketing inten, diyakini mengakselerasi dorongan internal konsumen merujuk tindakan akuisisi produk. Tidak selaras temuan Samantha & Almalik (2019) menunjukan Digital Marketing tiada berpengaruh signifikan terkait keputusan pembelian, karena kurangnya kepercayaan orang terhadap iklan online yang tidak sesuai dengan harapan.

Diskon produk yaitu bentuk reduksi nilai jual diterapkan jangka waktu tertentu, insentif harga ini diberikan pembeli sebagai daya tarik dalam proses transaksi, penyematan potongan harga kepada pelanggan bertujuan sebagai bentuk apresiasi terhadap tanggapan mereka. Kehadiran diskon diposisikan sebagai strategi pihak produsen yang diharapkan mampu menjadi stimulan tersendiri dalam menumbuhkan ketertarikan membeli, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan aksi transaksi komoditas dipasarkan pelaku usaha.

Pemberlakuan reduksi akumulasi hasil transaksi dimaksudkan supaya menginisiasi peningkatan intensitas kunjungan konsumen (Fitrotin & Sudarwanto, 2022). Menurut (Amalia & Saryadi, 2018) menjelaskan Diskon berpengaruh positif dan signifikan terkait keputusan pembelian, karena konsumen mendapatkan keuntungan dari segi harga . Namun tidak sejalan dengan Aulianiar (2020) bahwa Diskon Harga tiada berpengaruh signifikan terkait keputusan pembelian, karena diskon terkadang hanya berlaku untuk produk tertentu.

Berdasarkan latar belakang diatas Diego Motor merupakan salah satu toko yang menjual banyak macam sparepart yang buka hingga jam 9 malam. Sehingga peneliti mengeksplorasi fenomena terperinci melaksanakan investigasi ilmiah terkait pemasaran suatu produk. Dengan meneliti di bidang pemasaran berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk, Digital Marketing, Diskon Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Diego Motor Lumajang ”.

1.2 Batasan Masalah

Merujuk pada uraian latar belakang tersebut serta guna memastikan fokus kajian tetap terarah, maka delimitasi dalam riset ini ditetapkan sebagai berikut:

- a. Kajian ini terpusat pada ranah ilmu manajerial, dengan penekanan khusus pada aspek Tata Kelola Pemasaran
- b. Variabel pada penelitian ini adalah Kualitas Produk (X_1), Digital Marketing (X_2), Diskon Produk (X_3) sedangkan (Y) keputusan pembelian.
- c. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Lumajang, serta responden utama dalam penelitian ini adalah konsumen toko Diego Motor Lumajang.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan merujuk pada latar belakang yang diperkuat oleh sejumlah studi sepadan mengenai Implikasi Kualitas Produk, Digital Marketing, serta Diskon Produk terhadap Keputusan Pembelian di Diego Motor Lumajang yang akan dieksplorasi melalui proses perolehan data dan pengujian hipotesis maka perumusan permasalahan dalam riset ini dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Diego Motor Lumajang?
- b. Apakah digital marketing berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Diego Motor Lumajang?
- c. Apakah diskon produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Diego Motor Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Diego Motor Lumajang
- b. Untuk mengetahui pengaruh digital marketing terhadap keputusan pembelian pada Diego Motor Lumajang
- c. Untuk mengetahui pengaruh diskon produk terhadap keputusan pembelian pada Diego Motor Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat riset diharapkan berimplikasi positif, bermanfaat guna beragam pihak, antara lain :

a. Manfaat Teoritis

Dalam rangka memperluas khazanah keilmuan di bidang Tata Kelola Pemasaran, khususnya dalam memverifikasi teori mengenai Kualitas Produk, Digital Marketing, serta Diskon Produk terhadap Keputusan Pembelian, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan sejauh mana temuan yang diperoleh mampu mengafirmasi maupun meragukan validitas teori-teori.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Riset ini ialah prasyarat guna meraih gelar Sarjana Manajemen di ITB Widya Gama Lumajang, yang bertujuan untuk menerapkan serta mengevaluasi keterkaitan antar teori yang diperoleh selama perkuliahan guna memahami dan menghayati lebih dalam disiplin Ilmu Manajemen Pemasaran.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Studi ini diarahkan untuk mendorong peneliti lainnya agar tergerak melaksanakan kajian lanjutan dengan menggunakan variabel serupa.

3. Bagi Pemilik Usaha

Penelaahan diantisipasi bermanfaat sebagai usulan dan informasi, juga referensi telaah bagi Toko Diego Motor guna peninjauan ulang menentukan strategi bisnis yang tepat dan efektif dimasa yang akan datang.