BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan zaman, komputer merupakan kebutuhan manusia dalam berbagai bidang, terutama di bidang pendidikan. Hal ini dikarenakan komputer mempercepat pekerjaan manusia, yang menyebabkan permintaan oleh konsumen akan komputer meningkat tajam. Sejalan dengan persaingan yang semakin tajam dan permintaan pasar semakin meningkat, berbagai jenis komputer ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen, yang menyebabkan perusahaan harus bisa menetapkan dan menerapkan kebijakan dan strategi yang tepat untuk konsumen maupun pesaing dalam mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam pembelian dengan cara menawarkan produk-produk komputer baru semakin banyak ragamnya dan menarik, promosi yang menarik, serta dengan harga yang bersaing.

Konsumen dalam membeli komputer didasari oleh berbagai pertimbangan. Pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian komputer melalui proses yang cukup menarik. Dimulai dari adanya rangsangan (stimulus) kemudian proses keputusan dan baru terjadi pembelian sebagai jawaban (respon) atas rangsangan tersebut. Pertimbangan ini ditujukan untuk mengetahui adanya kebutuhan dan

keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum terpenuhi. Jadi dari tahap inilah proses pembelian itu dilakukan. Konsumen dalam membeli komputer disesuaikan dengan kebutuhan untuk memenuhi kepuasan dan keinginannya. Jadi yang dibeli konsumen bukan hanya komputer secara fisik, tetapi kepuasan yang diberikan komputer tersebut. Proses tersebut merupakan pendekatan pemecahan bagi konsumen, antara lain dalam memenuhi motif itu sendiri merupakan dorongan yang menjadi penyebab terjadinya suatu kegiatan.

Permintaan konsumen terhadap suatu barang mengandung arti kesediaan membeli dengan daya beli tertentu. Oleh karena itu, perilaku konsumen sebagai ungkapan permintaan yang mengarah pada kesukaan akan barang tersebut yang dipengaruhi oleh faktor dalam diri manusia itu sendiri, untuk kemudian dikaitkan dengan proses keputusan membeli. Seseorang untuk membeli suatu barang akan berbeda satu orang dengan orang lain, hal ini disebabkan oleh latar belakang, tingkat pendidikan, jumlah pendapatan dan selera dari masing-masing, serta apa sebenarnya yang menjadi alasan utama konsumen dalam memutuskan untuk membeli komputer.

Melihat begitu pentingnya mengetahui bagaimana keputusan yang diambil konsumen dalam pembelian komputer, maka perusahaan mencari dan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan

berhubungan dengan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Namun demikian untuk mencapai cita-cita tersebut tidaklah mudah sebab dewasa ini persaingan antar perusahaan sudah sampai ke tahap yang sangat kompetitif, untuk mencapai kedudukan yang paling kuat di pasaran paling tidak untuk dapat mempunyai pelanggan yang sebanyak-banyaknya.

CV. Tri Gemilang Jaya Palembang bergerak di bidang usaha perdagangan komputer dan aksesoris pendukungnya. CV. Tri Gemilang Jaya Palembang yang berdiri tahun 1992, dalam menjalankan usahanya menghadapi persaingan penjualan dari produk tersebut, dengan kondisi harga maupun promosi yang relatif tidak jauh berbeda. Produk yang dipasarkan oleh CV. Tri Gemilang Jaya adalah produk komputer rakitan dengan spesifikasi produk sebagai berikut :

Tabel 1.1.

Spesifikasi Paket Komputer

CV. Tri Gemilang Jaya Palembang

No.	Paket 1	Paket 2
1.	Mainboard ASUS P4P800S-X	Processor Intel Pentium 4 – 2.4 Ghz
2.	Memory DDR 256 MB Visipro	Motherboard Pentium 4 – MSI 845 GVM-V
3.	Hard disk 80 GB 7200 Rpm	Memory Ddram 128 MB PC 2700 Visipro
4.	CD RW ASUS 52 X 32 X 52	Hard Disk 40 GB
5.	Floppy 1,44 MB	Disk Drive 1.44 MB
6.	VGA Ati Radeon 9250 128 MB	CD Rom 52 x
7.	Monitor 15" Samsung Snyc Master	Speaker + Subwoofer HSP 2200
8.	Sound card + LAN on board	SVGA Monitor Samsung 15"
9.	Speaker active multimedia Sub Woofer	Keyboard + Mouse Logitech Scroll
10.	Keyboard + Mouse scroll Logitech	Fax/Modem 56 Kbps Internal
11.	Casing ATX + Power Supply 350 W	Casing ATX Tower P4
12.	Intel P4 2,4 GHz Prescot BOX	
	Rp 4.925.000,00	Rp 4.099.000,00

No.	Paket 3	Paket 4
1.	Processor Intel Pentium 4 – 2.8 Ghz	Processor Intel Pentium 4 – 3.0 Ghz LGA 775
2.	Motherboard Pentium 4 – Intel 865 PERL	Motherboard Pentium 4 – Intel 915 GAV
3.	Memory Ddram 256 MB PC 3200 Visipro	Memory Ddram 256 MB PC 3200 Visipro
4.	Hard Disk 80 GB	Hard Disk 80 GB
5.	VGA Card 64 MB GeForce	Disk Drive 1.44 MB
6.	Disk Drive 1.44 MB	DVD/CD RW 52 × 32 × 52 × Combo Drive
7.	CD RW 52 × 32 × 52 ×	Speaker + Subwoofer HSP 2200
8.	Speaker + Subwoofer HSP 2200	SVGA Monitor Samsung 17" Real Flat
9.	SVGA Monitor AOC 17" Real Flat	Keyboard + Mouse Logitech Scroll
10.	Keyboard + Mouse Logitech Scroll	Fax/Modem 56 Kbps Internal
11.	Fax/Modem 56 Kbps Internal	Casing ATX Tower P4 – 4 Fan
12.	Casing ATX Tower P4 – 4 Fan	
	Rp 6.099.000,00	Rp 6.499.000,00

Sumber : CV. Tri Gemilang Jaya Palembang

Price adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang bersedia melepaskan barang dan jasa yang dimiliki kepada pihak lain (Nitisemito, 1997:11). *Price* akan mempengaruhi secara langsung terhadap tingkat pembelian dan pencapaian laba atau keuntungan yang ingin diperoleh perusahaan. Dalam menetapkan harga CV. Tri Gemilang Jaya Palembang, pembeli memperoleh harga yang lebih rendah dari harga yang seharusnya dibayar. Penyesuaian harga ini dapat didasarkan pada beberapa hal yaitu harga pembayaran yang lebih awal dan tingkat atau jumlah pembelian.

Promotion merupakan suatu alat yang dipergunakan oleh produsen untuk memperkenalkan barang hasil produksinya kepada konsumen. *Promotion* itu sendiri dapat dilakukan dengan berbagai cara. Alat dari *promotion* ada empat yaitu periklanan, *personal selling*, promosi penjualan, dan publisitas. Dengan cara inilah konsumen dapat menerima informasi dari produsen mengenai barang

produksinya. *Promotion* adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swasta, 1993:222). Sedangkan *promotion* yang dijalankan CV. Tri Gemilang Jaya Palembang adalah periklanan, *sales promotion*, *personal selling*, dan publisitas.

Untuk dapat meningkatkan pembelian oleh konsumen, CV. Tri Gemilang Jaya Palembang menyusun suatu strategi *marketing* yang tepat, terpadu, dan berkesinambungan. Perusahaan lebih menitikberatkan pada pelaksanaan *price* dan *promotion*. Dengan mengetahui besar pengaruh tersebut, dapat digunakan sebagai dasar pengambilan kebijaksanaan lebih lanjut, serta diharapkan perusahaan mampu menganalisis dan menargetkan keuntungan di masa yang akan datang, dan mampu mengetahui hasil penjualan yang akan dicapai. Hasil penjualan CV. Tri Gemilang Jaya Palembang setiap tahunnya meningkat karena pihak perusahaan selalu aktif melakukan kegiatan pemasarannya, hal ini dapat dilihat dari tabel hasil penjualan sebagai berikut :

Tabel 1.2.
Hasil Penjualan CV. Tri Gemilang Jaya Palembang
Tahun 2000-2004 (Dalam Unit PC)

Tahun	Hasil Penjualan	% Perubahan
2000	512	-
2001	526	2,73
2002	541	2,85
2003	554	2,40
2004	575	3,79

Sumber : CV. Tri Gemilang Jaya Palembang

Dari tabel 1.2. di atas, hasil penjualan setiap tahunnya mengalami peningkatan. Kenaikan hasil penjualan yang terbesar pada tahun 2004 yaitu 3,79% dan kenaikan hasil penjualan yang terkecil pada tahun 2003 yaitu sebesar 2,40%.

Pendekatan pemasaran 4P tradisional sering berhasil untuk barang, tetapi berbagai elemen tambahan memerlukan perhatian dalam bisnis jasa. Untuk itu diperlukan tambahan lagi 3P yang terlibat dalam pemasaran jasa yaitu : orang *(people)*, proses *(process)*, dan bukti fisik *(physical evidence)*. Karena sebagian besar jasa diberikan oleh orang, seleksi, pelatihan, dan motivasi pegawai dapat membuat perbedaan besar dalam keputusan pelanggan.

Berdasarkan hal-hal tersebut di atas mendorong peneliti melakukan penelitian dengan judul **"PENGARUH *PRICE*, *PROMOTION*, *PEOPLE*, *PROCESS*, DAN *PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPUTER PADA CV. TRI GEMILANG JAYA PALEMBANG"**

B. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang ada dapat dirumuskan masalah sebagai berikut : seberapa besar pengaruh *price*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian komputer pada CV. Tri Gemilang Jaya Palembang, baik secara simultan maupun secara parsial?

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah kiranya sangat penting adanya pembatasan masalah agar dalam pembahasan tidak kabur. Dalam skripsi ini pembatasan masalahnya adalah keputusan pembelian untuk satu paket komputer, sedangkan untuk pembelian produk komputer yang lain, seperti aksesoris komputer dan notebook tidak dibahas karena pembelian aksesoris komputer dan notebook hanyalah sebagian besar dari kegiatan perusahaan dan tidak terlalu mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji seberapa besar pengaruh *price*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian komputer pada CV. Tri Gemilang Jaya Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat diadakannya penelitian ini adalah diharapkan dapat dipakai oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang lebih baik dalam penentuan kebijakan *price*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dalam jangka panjang dapat memuaskan konsumen.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

   Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan. Pengumpulan data dilaksanakan dengan cara tinjauan langsung pada perusahaan yang akan diteliti dengan maksud untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan sehingga data dapat diyakini kebenarannya (Sugiyono, 1999 : 75)

2. Teknik Pengambilan Sampel

   Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai relevansi dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya, seperti nama, jenis kelamin, usia, alamat, dan pekerjaan. Dalam hal ini populasi dalam penelitian ini meliputi seluruh pelanggan CV. Tri Gemilang Jaya, sedangkan responden yang digunakan untuk penelitian adalah pelanggan perusahaan yang membeli satu paket komputer yang berjumlah 100 orang.

3. Jenis Data Penelitian

   a. Data Primer

      Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), dalam hal ini konsumen yang membeli satu paket komputer.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dipergunakan dalam bentuk yang sudah jadi berupa publikasi, dokumentasi yang mempunyai hubungan erat dengan masalah yang dihadapi yang berupa brosur yang setiap kali diterbitkan CV. Tri Gemilang Jaya pada saat terjadi pergerakan rupiah terhadap USD.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam menyusun laporan penelitian ini adalah :

a. *Interview*

Interview dengan mengadakan wawancara langsung dengan karyawan dan pelanggan CV. Tri Gemilang Jaya Palembang yang dianggap dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

b. Observasi

Observasi dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara cermat dan sistematis terhadap kegiatan yang ada untuk memperoleh hasil sesuai dengan sasaran.

c. Survei

Survei dengan bantuan kuesioner kepada para konsumen (pelanggan) perusahaan, khususnya yang membeli satu paket komputer sebagai responden penelitian. Kuesioner yang diberikan berupa pertanyaan yang bersifat tertutup.

5. Teknik Analisis Data

Untuk menjawab masalah penelitian, analisis yang digunakan adalah dengan regresi berganda ($y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3 + bx_4 + bx_5$) maupun regresi sederhana ($y = a + bx_1$) dengan bantuan program komputer SPSS versi 11.00.

F. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini ditulis dalam 5 bab, masing-masing bab terbagi dalam sub pokok bahasan dan tiap-tiap bab mempunyai hubungan yang erat satu dengan yang lainnya. Sistematika penulisan skripsi ini adalah :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan mengenai definisi pemasaran, *price*, *promotion*, kualitas pelayanan, prilaku konsumen, serta faktor-faktor yang mempengaruhi prilaku konsumen.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan mengenai gambaran umum CV. Tri Gemilang Jaya Palembang, struktur organisasi dan pembagian tugas, serta *price*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* yang telah dilaksanakan CV. Tri Gemilang Jaya Palembang.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab pembahasan, disini penulis berusaha untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *price*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian pada CV. Tri Gemilang Jaya Palembang.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini berisi kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, serta diberikan pula saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pemasarannya.