

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia usaha di Indonesia menjadi sesuatu yang menarik. Persaingan muncul antara individu, kelompok maupun pada bidang usaha. Jitu Bearing adalah perusahaan yang bergerak di bidang *automotive & industrial bearing specialist* di Medan. Bearing dalam Bahasa Indonesia diartikan sebagai lahar. Lahar adalah sebuah alat untuk memutar roda sepeda maupun roda mobil, menjaga agar poros ban atau as roda tidak langsung bergesekan.

Para penjual dapat memahami konsumen dengan baik melalui pengalaman menjual produk secara langsung kepada mereka. Namun seiring dengan perkembangan perusahaan yang semakin besar dan pasar yang semakin luas, para pengambil keputusan pemasaran kehilangan kontak dengan konsumen. Untuk itu konsumen harus mengambil suatu keputusan. Keputusan yang telah dipilih oleh seorang konsumen akan dilanjutkan dengan aksi. Upaya untuk mempelajarinya harus berkaitan dengan status sosial konsumen, cara, waktu, tempat dan alasan pembelian.

Keputusan Pembelian konsumen terhadap toko, berbagai cara dilakukan misalnya dengan mengeluarkan produk-produk yang unik, harga yang murah, program promosi yang menarik dan cara-cara lainnya yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli lahar tersebut.

Untuk dapat memenuhi permintaan konsumen maka manajemen selalu berusaha melakukan pemasaran untuk meningkatkan penjualan lahar tersebut. Cara untuk meningkatkan penjualan maka akan berikan harga yang cukup bagus dan pemberian diskon kepada konsumen agar konsumen minat untuk membelinya.

Dengan adanya harga yang tidak baik maka konsumen tidak berminat, jika harga yang baik maka konsumen akan membelinya karena menurut Dharmawati (2016:294) harga merupakan satu-satunya unsur bauran produk yang merupakan penyumbang pemasukan atau pendapatan tertinggi bagi perusahaan, harga juga termasuk unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat diubah sesuai dengan kebutuhan.

Adanya satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Diduga berdasarkan observasi yang peneliti lakukan diketahui bahwa Harga yang ditawarkan toko masih dianggap cukup tinggi dan kurang terjangkau oleh daya beli konsumen. Harga yang ditetapkan tersebut membuat konsumen kurang bersedia untuk melakukan pembelian pada produk toko. Adapun Harga yang diberikan dirasakan kurang sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut ini data perbandingan Harga produk yang ditawarkan toko dengan konsumen terlihat pada tabel dibawah ini

Tabel 1.1
Perbandingan Harga dan Merek NSK Toko Jitu
Bearing Dengan Toko Cahaya Bearing

No.	Nomor Barang	Harga	
		Jitu Bearing	Cahaya Bearing
1.	30 BWD 28	240.000	235.000
2.	40 BWD 17	240.000	230.000
3.	60 TKZ 3503	210.000	205.000
4.	50 KW 01	175.000	165.000
5.	TAG 45-1	90.000	85.000
6.	30306 CN	85.000	75.000

Sumber Data : Jitu Bearing 2020

Berdasarkan Tabel 1.1, data diatas memiliki harga yang cukup tinggi dapat dilihat bahwa untuk beberapa produk, produk yang ditawarkan toko jitu bearing lebih mahal sedikit dibandingkan dengan toko cahaya bearing, sedangkan untuk sebagian besar produk terlihat bahwa toko cahaya bearing jauh lebih murah dibandingkan yang ditawarkan toko jitu bearing. Hal tersebut membuat Harga produk yang ditawarkan toko jitu menjadi tidak terlalu terjangkau oleh konsumen sehingga konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian di toko cahaya dikarenakan harga cahaya lebih murah dengan harga jitu.

Diduga adanya faktor penyebab Pemberian Diskon dalam penjual produk. Dugaan lainnya adalah pengaruh dari faktor Pemberian Diskon dapat meningkatkan penjualannya, karena adanya Diskon sangat menarik minat pembeli. Pemberian Diskon adalah pengurangan harga yang diberikan kepada pembeli saat melakukan pembelian barang tersebut. Perusahaan dapat melakukan strategi penjualan berupa diskon terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Pelanggan memiliki pandangan tentang harga dan pemberian diskon. Di jitu bearing jika pelanggan membeli barang yang cukup banyak

mendapatkan Pemberian Diskon dari harga yang ditentukan, bagi pelanggan yang melakukan pembelian dalam jumlah yang cukup banyak seperti diatas 3050 buah akan mendapatkan diskon dari harga yang ditetapkan, sehingga pelanggan dapat memuaskan untuk membeli lahar di Jitu Bearing.

Tabel 1.2
Ketentuan diskon

Metode Pembayaran	Pembelian	Diskon
Kredit	30-50	5%
Tunai	30-50	7%
Kredit	50 keatas	8%
Tunai	50 keatas	10%

Sumber : Jitu Bearing 2020

Dari penelitian di Jitu Bearing, peneliti memperoleh data penjualan lahar dimana data penjualan produk ini mengalami kenaikan dan penurunan dari tahun 2016 sampai tahun 2020, tetapi di tahun 2019 sampai dengan 2020 di toko jitu bearing mengalami penurunan data penjualannya. Berikut gambaran kenaikan dan penurunan lahar dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 dapat dilihat dari tabel 1.3.

Tabel 1.3
Data Penjualan Jitu Bearing Periode 2016-2020

Data Penjualan Jitu Bearing	
Tahun	Jumlah
2016	Rp. 3.305.630.550
2017	Rp. 5.176.582.300
2018	Rp. 5.084.446.000
2019	Rp. 4.781.422.000
2020	Rp. 4.408.618.400

Sumber : Jitu Bearing 2020

Tabel 1.3 diatas adalah data penjualan jitu bearing periode 2016 s/d 2020. Data penjualan di jitu bearing memiliki kenaikan dan penurunan harga

disetiap tahun. Tahun 2017 s/d 2018 memiliki kenaikan harga dari tahun 2016, dan di tahun 2019 sampai dengan 2020 terjadi penurunan. Kenaikan dan penurunan diduga faktor harga dan pemberian diskon, dalam faktor harga memiliki persaingan harga dengan toko cahaya bearing, dikarenakan toko cahaya bearing memiliki harga yang murah dibandingkan dengan harga jitu bearing maka data penjualan tersebut memiliki penurunan di tahun 2019 s/d 2020. Dalam faktor pemberian diskon mengikatkan pelanggan agar tidak berpindah di perusahaan lain berikan diskon yang memuaskan agar konsumen berminat membeli lahar tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka peneliti tertarik membahasnya melalui penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN PEMBERIAN DISKON TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI JITU BEARING .“**

1.2. Identifikasi Masalah

Disinyalir keputusan pembelian lahar di Jitu Bearing mengalami fluktuasi yang disebabkan oleh :

1. Harga yang ditetapkan oleh toko kepada konsumen cukup tinggi sehingga kurang daya minat konsumen untuk membeli lahar tersebut.
2. Pemberian diskon kepada konsumen agar konsumen berminat membeli lahar kita.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih berfokus dan tidak meluas dari pembahasannya yang dimaksud, penulis membatasinya dengan ruang lingkup penelitian meliputi Harga (X1), Pemberian Diskon (X2) dan variabel terikatnya Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini akan dilakukan terhadap konsumen pada Jitu Bearing

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diungkapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing?
2. Apakah ada pengaruh Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing?
3. Apakah ada pengaruh Harga dan Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk :

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing.

3. Untuk menguji dan menganalisis Harga dan Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian di Jitu Bearing.

1.6. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang dapat dijelaskan beberapa kegunaan sebagai berikut ini :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai dasar peningkatan keputusan pembelian dan memperbaiki keunggulan dalam bersaing pada sejenis dan sebagai informasi mengenai bagaimana pengaruh Harga dan Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Akademis

Sebagai referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai keputusan pembelian dan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk meneliti mengenai keputusan pembelian dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, dapat digunakan mahasiswa khususnya Prodi Manajemen mengenai variabel Harga dan Pemberian Diskon terhadap Keputusan Pembelian