

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di jaman sekarang ini Indonesia mengalami penurunan di sektor ekonomi, banyak para warga indonesia yang masih belum punya penghasilan sendiri untuk kebutuhan hidupnya sehari hari. Bahkan saat ini tingkat kriminalitas di kalangan masyarakat jumlahnya meningkat karena terdesak oleh kebutuhan sehari-hari oleh karena itu untuk mendorong angka pengangguran dan mencegah terjadinya kriminalitas di lingkungan masyarakat, pemerintah harus membuka lapangan pekerjaan baru yang luas untuk mempekerjakan masyarakat yang masih berstatus pengangguran. Di dalam dunia persaingan biasanya akan menawarkan hal-hal baru yang tidak dapat terduga, oleh sebab itu hal-hal tersebut harus dapat di pelajari agar tetap mampu bersaing dalam persaingan berlangsung.

Saat ini, persaingan untuk memperoleh pekerjaan sangatlah kecil. Kemungkinan untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan besar sangat kecil, tidak sedikit dari masyarakat yang sudah mulai berkarir di bidang usaha. Untuk berkarir di bidang usaha tidaklah susah, berwirausaha tidak harus menjual barang tetapi juga bisa berbentuk pengabdian jasa. Dalam menjual produk tidak harus menghasilkan barang, tetapi juga bisa berbentuk jasa. Salah satu objek penelitian ini memilih perusahaan jasa yang bergerak di bidang rental *play station*. Lokasi penelitian ini diambil di bagian kota jember, dimana rental *play station* tersebut bisa dan mampu berdiri, bertahan dan bersaing dengan rental *play station* yang berdedikasi kualitas yang menarik lainnya. Rental *play station* tersebut mampu memberikan pelayanan yang berbeda dari yang lainnya untuk pelanggan yakni seperti memberikan pelayanan yang bagus, memberikan harga khusus, dan suasana toko yang bagus untuk membuat nyaman pelanggan.

Pelanggan di Indonesia memiliki karakter *unplanned* (tidak terencana). Sehubungan dengan itu, maka perilaku pembelian yang tidak direncanakan atau *impulse buying*. Menurut Kotler (2007) *impluse buying behavior* terjadi ketika

konsumen tiba-tiba mengalami keinginan yang kuat dan kukuh untuk membeli sesuatu secepatnya, secara spontan, reflek, tiba-tiba dan otomatis. sesuatu yang menarik bagi pelanggan atau konsumen, karena merupakan pangsa pasar terbesar dalam pasar modern, dan pelanggan tersebut harus merasa puas terhadap pelayanan atau pembelian yang terjadi akibat pembelian yang tidak terencana agar pelanggan tersebut bisa terus setia untuk membeli kembali produk di perusahaan itu. apabila pelanggan puas terhadap produk/layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga membuat pelanggan melakukan pembelian ulang (*repurchase*) di masa yang akan datang.

Price discount dan *bonus pack* merupakan promosi penjualan yang paling banyak digunakan, baik penjualan online maupun offline (Dawson & Kim, 2009). *Price discount* adalah strategi promosi penjualan berbasis harga di mana pelanggan ditawarkan produk yang sama dengan harga yang berkurang, sedangkan *bonus pack* merupakan strategi promosi penjualan berbasis kuantitas di mana pelanggan ditawarkan produk dengan kuantitas yang lebih dengan harga yang sama (Mishra & Mishra, 2011). Xu, Y., dan Huang, J.S. (2014), dalam penelitiannya yang berjudul “*Effects of Price Discounts and Bonus Packs on Online Impulse Buying*”, menyatakan bahwa variabel *price discount* akan lebih memicu *impulse buying* konsumen dibandingkan variabel *bonus pack* apabila produk yang ditawarkan memiliki harga yang murah, sedangkan variabel *bonus pack* akan lebih memicu *impulse buying* konsumen dibandingkan variabel *price discount* ketika barang yang ditawarkan memiliki harga yang mahal. Dengan menerapkan variabel tersebut akan dapat memicu pencarian pelanggan baru karena pelanggan akan cenderung menginformasikan kepada calon pelanggan lainnya, karena perusahaan memiliki produk dan layanan yang memuaskan, sehingga reputasi perusahaan turut terangkat.

Produk atau jasa menjadi instrument vital untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta dinamika kebutuhan dan keinginan pasar, mengharuskan perusahaan melakukan pengembangan produk secara terus menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang

unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar.

Untuk menunjang penjualan perusahaan dan agar mampu bertahan dari para pesaingnya, perusahaan bisa menggunakan dan menerapkan faktor lagi yaitu seperti strategi *in-store display*. Menurut ngadiman (2008) menyatakan bahwa *Display*: tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli. Strategi *in-store display* mungkin menjadi startegi yang tepat dilakukan oleh pengusaha, karena para pesaing lainnya jarang yang menerapkan strategi *in-store display*, sehingga dengan strategi ini diharapkan pengusaha mampu untuk meningkatkan penjualannya.

Rental *play station pisces game* baru berdiri selama 1 tahun dan mampu bertahan di dunia persaingan usaha sampai saat ini berkat pelayanan yang tepat untuk pelanggan tetapnya. pak donny asnawanto (pemilik rental *playstation pisces game*) bekerja sama dengan teman dan karyawannya mampu bekerjasama dengan baik untuk terus mengembangkan usahanya yang awalnya hanya berasal dari hobby bermain *play station* dan dari hobby tersebut timbul ide untuk membangun dan membuka usaha rental *play station* sendiri yang bisa menarik perhatian pelanggan yaitu anak muda dan masyarakat kota jember melalui keramahan terhadap pelanggan,memberikan pelayanan yang baik untuk pelanggan yang sedang bermain di rental *play station pisces game*.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian tentang *price discount, bonus pack, in-store display* terhadap *impulse buying* di rental *play station pisces game* tersebut untuk memahami apakah berpengaruh positif terus menerus untuk perusahaan. apakah perusahaan tetap mampu bisa mempertahankan pelanggan dengan variabel tersebut tetap mampu bertahan dan mengalami eksistensi dalam menghadapi ketatnya persaingan antar jasa rental *play station* yang ada di kota jember saat ini.

Tabel 1
Jumlah Konsumen *Playstation Pisces Game*

No	Bulan	Jumlah konsumenThn 2017	Jumlah Konsumen Thn 2016
1	Januari	330	180
2	Februari	450	185
3	Maret	470	190
4	April	495	200
5	Mei	510	220
6	Juni	520	230
7	Juli		235
8	Agustus		240
9	September		250
10	Oktober		249
11	November		250
12	Desember		325
Total		2775	2754

Sumber: data *pisces game*

Dilihat dari tabel 1, dapat di simpulkan bahwa rental *playstation pisces game* dapat bersaing di ketatnya dunia usaha rental *playstation* di kota jember.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan yang telah diuraikan diatas dan berdasarkan hasil peneliti sebelumnya seperti Brian Vicky Prihastama (2016), Rivie C. T. Waani' dan Willem J.F. Alfa Tumbuan (2015), dan Desrayudi (2011) yang menyatakan bahwa secara positif *price discount*, *bonus pack*, dan *in-store display* berpengaruh baik secara parsial maupun simultan terhadap *impulse buying*. Peneliti mencoba menguji kembali dengan latar belakang objek yang sama tetapi berbeda tempat, yakni jasa rental *play station*. Rumusan masalah yang dapat dipaparkan adalah sebagai berikut :

1. Apakah *price discount* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember?
2. Apakah *bonus pack* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember?
3. Apakah *in-store display* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember?
4. Apakah *price discount*, *bonus pack*, dan *in-store display* berpengaruh positif secara simultan terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember?

1.3 Tujuan dan manfaat penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *price discount* terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember.
2. Untuk mengetahui pengaruh *bonus pack* terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember.
3. Untuk mengetahui pengaruh *in-store display* terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember.

4. Untuk mengetahui pengaruh *price discount*, *bonus pack*, dan *in-store display* terhadap *impulse buying* pada rental *play station pisces game* di kota jember.

1.3.2 Manfaat penelitian

- a. Aspek teoritis

Penelitian diharapkan bermanfaat sebagai alat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh diperguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pemasaran jasa.

- b. Aspek praktis

Penelitian di harapkan memberikan manfaat bagi perusahaan dalam mengelola merek guna memberikan keuntungan, memperluas pangsa pasar, dan menambah nilai suatu produk atau jasa karena kualitas merupakan salah satu strategi pemasaran.

- c. Civitas Akademis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya civitas akademis dilingkungan prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember dan untuk dapat menjadi acuan untuk peneliti lainnya.