

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era modernisasi saat ini, teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat terutama internet. Adanya Kecenderungan memakai *gadget* salah satunya menjadi perubahan gaya hidup masyarakat yang sekarang mereka melakukan aktivitasnya di dunia maya misalkan berbelanja secara online (Fahrevi & Satrio, 2018). Perkembangan teknologi yang pesat pada saat ini membawa dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia perdagangan. Salah satu sektor yang terdampak signifikan adalah e-commerce, di mana platform digital semakin mendominasi kegiatan jual beli, sebagai salah satu platform e-commerce yang sedang naik daun, telah memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan berbagai fitur menarik dan strategi pemasaran yang efektif, telah menjadi salah satu saluran pemasaran yang banyak digunakan oleh berbagai jenis usaha termasuk UMKM dalam mempromosikan produk mereka. Namun, pengguna sebagai platform jual beli ini memerlukan faktor lain yang turut mendukung keberhasilan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti harga, kualitas pelayanan, dan adanya penawaran diskon menarik.

Momoyo sebuah merek yang telah memiliki cabang di berbagai kota, termasuk di Kota Blitar, merupakan salah satu contoh usaha yang memanfaatkan untuk memasarkan produk mereka. Momoyo terkenal dengan

produk-produk makanan ringan yang memiliki kualitas tinggi dan berbagai varian rasa yang disukai banyak konsumen. Keberadaan Momoyo di menjadi salah satu strategi mereka untuk memperluas pangsa pasar, terutama di kalangan generasi muda yang aktif menggunakan platform ini. Namun dalam upaya meningkatkan penjualan, berbagai faktor seperti diskon, harga produk, dan kualitas pelayanan harus diperhatikan dengan seksama oleh pihak Momoyo agar dapat menarik lebih banyak konsumen.

Diskon merupakan salah satu strategi yang sering digunakan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Dalam konteks, diskon yang diberikan dapat berupa potongan harga langsung, *voucher* belanja, atau promo bundling yang menawarkan harga lebih murah untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Diskon yang menarik dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk, karena mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari pembelian yang dilakukan. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui sejauh mana pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian konsumen Momoyo di Kota Blitar.

Selain diskon, harga juga menjadi faktor penentu utama dalam keputusan pembelian konsumen. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Namun, harga yang terlalu tinggi juga dapat menjadi hambatan, apalagi jika dibandingkan dengan produk sejenis yang tersedia di pasaran dengan harga lebih rendah. Sebaliknya, harga yang terlalu murah juga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, perusahaan seperti Momoyo perlu menjaga

keseimbangan antara harga yang ditawarkan dan kualitas produk yang diberikan agar tetap menarik bagi konsumen, terutama yang berbelanja melalui .

Kualitas pelayanan menjadi faktor lain yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas pelayanan yang baik, seperti respon cepat terhadap pertanyaan konsumen, pengemasan produk yang rapi dan aman, serta pengiriman yang tepat waktu, akan meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menyebabkan konsumen merasa kecewa dan berpotensi meninggalkan merek atau produk tersebut. Dalam konteks, kualitas pelayanan juga mencakup interaksi melalui platform, di mana perusahaan harus mampu merespon komentar atau pertanyaan konsumen dengan cepat dan memberikan informasi yang jelas tentang produk yang dijual. Hal ini berperan penting dalam menciptakan loyalitas konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka.

Keputusan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, tetapi oleh berbagai elemen yang saling berkaitan. Diskon, harga, dan kualitas pelayanan adalah tiga faktor yang saling berinteraksi dan dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk. Sebagai contoh, konsumen yang mendapatkan informasi mengenai diskon besar-besaran dan harga produk yang kompetitif di akan lebih tertarik untuk melakukan pembelian, terutama jika kualitas pelayanan yang diberikan juga memadai. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian sangat relevan untuk mengetahui bagaimana perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka untuk meningkatkan penjualan.

Dalam penelitian ini, Momoyo di Kota Blitar dipilih sebagai objek studi untuk menggali lebih dalam tentang pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. Momoyo di Kota Blitar merupakan salah satu lokasi strategis bagi Momoyo untuk menjangkau konsumen dari berbagai kalangan, terutama generasi muda yang menjadi target utama. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk Momoyo khususnya di wilayah Kota Blitar.

Penelitian ini juga akan memberikan wawasan bagi pengusaha, khususnya yang memiliki bisnis di sektor makanan ringan, tentang bagaimana cara yang efektif untuk meningkatkan penjualan melalui platform digital seperti, dengan memahami pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, para pelaku usaha dapat menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mereka. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran di era digital.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam memanfaatkan sebagai media pemasaran. Salah satunya adalah persaingan yang semakin ketat, karena banyaknya produk sejenis yang ditawarkan dengan harga yang bersaing. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki strategi yang jelas dan tepat dalam menarik perhatian konsumen dan mempertahankan daya tarik produk mereka. Penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana Momoyo dapat mengatasi

tantangan tersebut dengan memanfaatkan faktor diskon, harga, dan kualitas pelayanan.

Dengan demikian, melalui penelitian ini diharapkan dapat ditemukan informasi yang bermanfaat mengenai seberapa besar pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi Momoyo maupun pelaku usaha lainnya yang ingin mengembangkan usahanya melalui platform e-commerce yang semakin populer di kalangan masyarakat.

Penelitian ini akan dilakukan dengan pendekatan kuantitatif melalui survei yang menyangkut konsumen yang telah membeli produk Momoyo di Kota Blitar. Data yang diperoleh akan dianalisis untuk mengetahui hubungan antara variabel diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, serta untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di era digital ini.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar?

4. Apakah diskon, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi fokus pada pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Momoyo yang dijual di Kota Blitar. Oleh karena itu, produk Momoyo yang dijual di toko fisik atau platform e-commerce lain tidak akan dibahas dalam penelitian ini. Sampel penelitian ini hanya mencakup konsumen yang telah membeli produk Momoyo di Kota Blitar dengan aplikasi TikTok *Shop*, sehingga hasilnya hanya berlaku untuk konsumen di wilayah tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang telah bertransaksi di outlet Momoyo di Kota Blitar. Dengan Batasan ini, penelitian bertujuan untuk memahami bagaimana diskon, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Momoyo selama periode promosi yang berlaku.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar.

4. Untuk mengetahui pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Momoyo di Kota Blitar.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam konteks e-commerce dan pemasaran digital. Dengan menganalisis pengaruh diskon, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian, penelitian ini dapat menambah wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen di platform digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai strategi pemasaran yang efektif di era digital, khususnya dalam industri makanan ringan. Sehingga memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi akademisi dan peneliti yang tertarik pada topik tersebut.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi perusahaan seperti Momoyo untuk mengoptimalkan penggunaan diskon, penetapan harga, dan peningkatan kualitas pelayanan dalam menarik konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang paling memengaruhi keputusan pembelian, Momoyo dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan penjualan, serta membangun loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi pelaku usaha lainnya yang ingin memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka, terutama di pasar yang kompetitif.