

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin pesat, membuat perusahaan berlomba-lomba untuk terus bersaing dan bertahan di dunia bisnis. Perusahaan harus bisa menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan tujuan utama dari perusahaan dapat tercapai. Perusahaan di tuntut untuk lebih kreatif dan inovatif agar produk yang dihasilkan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian, karena konsumen saat ini kritis dan cerdas memilih produk mana yang mereka butuhkan dan bagaimana manfaatnya untuk mereka.

Upaya yang perlu dilakukan perusahaan, untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan usaha adalah dengan memahami perilaku konsumen yang akan mempengaruhi niat pembelian konsumen, dimana salah satunya dengan menawarkan keragaman produk.

Menurut Kotler dan Keller (2015:15) keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk yang dihasilkan suatu perusahaan mencakup lebar, panjang, kedalaman, dan konsistensi dari bauran produk (Kotler dan Keller, 2015:16). Lebar yaitu mengacu pada berapa banyak lini produk yang berbeda yang di jual Perusahaan. Panjang, mengacu pada jumlah total produk dalam bauran tersebut. Kedalaman, mengacu pada banyaknya varian yang di

tawarkan masing-masing produk pada lini tersebut dan konsistensi bauran produk, mengacu pada seberapa dekat hubungan dari berbagai lini produk pada penggunaan akhir. Keragaman produk ini dapat berjalan apabila perusahaan inovatif dalam menciptakan produk baru atau variasi pada produk yang sudah dihasilkannya. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan untuk meningkatkan pembelian konsumen, karena konsumen cenderung untuk memilih produk yang beragam dan lengkap.

Toko penjualan komputer Raka Com merupakan salah satu toko di Kabupaten Pringsewu yang menjual berbagai jenis komputer dan peralatan komputer lainnya. Toko Raka Com banyak menyediakan berbagai jenis komputer maupun laptop membuat para konsumen pada toko Raka Com menjadi bingung untuk memilih dan selalu bertanya dahulu kepada pelayan toko tentang kualitas dan spesifikasi dari berbagai macam merk komputer dan laptop yang dijual. Seringkali juga membuat para calon pembeli untuk berfikir dan menimbang-nimbang untuk membeli produk yang akan dibeli dan sesuai dengan kebutuhan yang akan dipakai konsumen. Hal ini membuat kerja lebih ekstra dalam melayani konsumen yang dilakukan oleh pelayan toko Raka Com.

Dari kurun waktu 5 bulan terakhir penjualan pada toko Raka Com mengalami penurunan. Banyaknya merk komputer dan merk Laptop diduga menyebabkan pengaruh dalam penjualan di toko Raka Com sehingga

menyebabkan konsumen menjadi ragu dalam memilih komputer atau laptop yang akan dibeli.

B. Rumusan masalah

Dari latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan penelitian sebagai berikut :

Apakah Ada Pengaruh Keberagaman Produk Dalam Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Raka Com Pringsewu Tahun 2020?

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul :

"Pengaruh Keberagaman Produk Dalam Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Elektronik Raka Com Pringsewu Tahun 2020"

C. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk membatasi penelitian agar tidak menyimpang dari permasalahan, maka peneliti membatasi ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

1. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Keberagaman Produk, dan Minat Beli.
2. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Elektronik Raka Com.
3. Waktu penelitian ini adalah tahun 2020
4. Tempat penelitian dalam penelitian ini adalah Toko Elektronik Raka Com.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

Pengaruh Keberagaman Produk Dalam Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Raka Com Pringsewu Raka Com Tahun 2020.

2. Kegunaan Penelitian

a. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi/masukan bagi perkembangan Toko Raka Com dan menambah kajian manajemen Toko Raka com terutama yang berhubungan dengan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen.

b. Manfaat secara Praktis

Dari penelitian ini penulis berharap dapat mendedikasikan hasil penelitian bagi kemajuan Toko Raka Com dan menjadi masukan bagi pihak manajemen Toko Raka Com dalam mempertahankan dan menambah kualitas keberagaman merk produk yang di jual.

BAB II