

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengambilan keputusan pembelian konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2003). Secara umum, keputusan pembelian konsumen adalah proses keputusan pembelian oleh konsumen dimana konsumen melakukan pembelian secara langsung. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual (Namora & Siregar, 2018).

Dalam proses menentukan keputusan pembelian atas suatu produk, konsumen akan melalui berbagai proses dalam pembentukan keputusan dan mempertimbangkan beberapa hal yang memenuhi kriteria mereka, proses keputusan pembelian konsumen melewati lima tahap: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif-alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah-laku setelah pembelian (Kotler, 1999). Secara umum, proses pengambilan keputusan membeli ini dapat dikategorikan menjadi 3 bentuk yaitu : Proses pengambilan keputusan yang luas, pengambilan keputusan terbatas, proses pengambilan keputusan yang bersifat rutin (Alma, 2005).

Keputusan pembelian merupakan hal yang penting dalam penjualan dimana pada tahap ini konsumen membeli sebuah produk. Salah satu produk penting di era pandemi adalah produk optik kaca mata dimana frekuensi penggunaan *gadget* kian

meningkat, baik untuk kebutuhan kerja atau hiburan menyebabkan banyak orang terpapar radiasi dari layar monitor (Alodokter, 2021). Semakin pesatnya perkembangan teknologi khususnya pada benda-benda elektronik yang menggunakan layar monitor, setiap orang dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut. Seringnya melihat layar monitor baik komputer, telepon seluler, maupun benda elektronik lainnya maka semakin lama akan berpengaruh terhadap daya penglihatan seseorang (Tini et al., 2019). Optik dan kacamata saat ini tumbuh berkembang dengan sangat pesat. Departemen perindustrian berusaha meningkatkan perkembangan industri *optik* nasional agar dapat menguasai pangsa pasar lokal yang mencapai 6 triliun karena sekitar 40% atau sekitar 80 juta orang Indonesia memakai kacamata (Farmalkes, 2015).

Seperti yang kita ketahui kacamata adalah sebuah produk yang sering digunakan oleh masyarakat sebagai alat untuk penunjang kesehatan juga ada yang menggunakannya sebagai alat pendongkrak penampilan dalam *berfashion*. Seiring perkembangan jaman, masyarakat saat ini khususnya remaja lebih menyukai pemakaian kacamata terlebih tidak hanya untuk fungsi membantu penglihatan melainkan juga dengan alasan *mode*, gaya, atau *tren* (Tini et al., 2019). Sebagai produk *fashion* kacamata juga bisa menjadi alat yang handal untuk meningkatkan kepercayaan diri, terlebih trend kacamata *fashion* setiap saat selalu berkembang. Pada umumnya gangguan akut pada mata bisa diatasi dengan tindakan operasi, namun hal tersebut tentunya akan memakan biaya yang cukup besar, untuk menanggulangi hal tersebut maka mayoritas orang yang mengalami gangguan

pada indera penglihatannya memilih jalur alternatif yaitu dengan menggunakan kacamata maupun lensa kontak (Tini et al., 2019).

Dalam pemasaran dan penjualan kacamata di kabupaten Jombang, kacamata dapat ditemukan di optik kacamata. Optik ini menyediakan berbagai macam jenis kacamata agar menjadi daya tarik bagi para pembeli kacamata untuk membeli di optik tersebut. Semakin banyaknya optik menunjukkan semakin ketat persaingan dalam penjualan kacamata di kabupaten Jombang. Hal tersebut menuntut penjual untuk membuat optiknya lebih unggul daripada yang lain, seperti model kacamata yang selalu *update*, strategi pemasaran yang digunakan, maupun harga yang kompetitif. Di kabupaten Jombang ada banyak optik, terbukti dengan data pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Optik Kacamata Kabupaten Jombang

Nama Optik	Alamat
Optik Gelora	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Raya Cukir No.1 Jombang. • Jl. Raya Ploso NO. 223 Ploso-Jombang.
Optik Nusa	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Irian Jaya No.73A, Cukir Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61471 • Jl. Dokter Sutomo No.44, Jombatan, Kec Jombang, Jawa Timur 61411
Optik Bintang	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Irian Jaya Cukir Kec. Diwek, Kabupaten Jombang. • Jl. Kyai Haji Wahab Hasbullah No.148, Tambakrejo kec. Jombang Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61451.
Optik Liberty	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. KH. Wahid Hasyim, Kepanjen, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419.
Optik Jombang	<ul style="list-style-type: none"> • Jl.KH. Wahid Hasyim No.137, Kepanjen, Kec. Jombang Kabupaten Jombang Jawa Timur 61419.
Optik Modern	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Gus Dur No.133, Candi Mulyo, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419.

Nama Optik	Alamat
Optik Eva	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Kusuma Bangsa No.7, Sengon, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419.
Optik Iman	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Kusuma Bangsa No.23, Pulo Lor, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur.
Optik Sahabat	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. A. Yani No.30, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61413.
Optik Internasional	<ul style="list-style-type: none"> • Jl. Jendral Ahamad Yani, Komplek Citra Niaga Blok A/10, Jombang, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 65163.

(Sumber : data diolah, 2021)

Salah satu optik yang ada di Jombang adalah optik Gelora. Optik Gelora merupakan usaha yang berkembang dibidang kesehatan dan juga mode kacamata. Optik Gelora juga menawarkan jasa periksa mata dan konsultasi dan memberikan pengetahuan kepada para konsumen dalam hal perawatan dan kesehatan mata yang tepat, ditangani secara langsung oleh staf yang terlatih serta program pelatihan berkelanjutan yang selalu mengikuti perkembangan terbaru di bidang optik dan perawatan mata.

Optik Gelora menjual produk sesuai antara harga dan kualitas produknya, untuk lebih menarik optik Gelora melakukan strategi harga dengan memberikan ikatan kepada konsumen seperti potongan harga dan memberikan hadiah dengan ketentuan pembelian selain itu ada bakti sosial pemberian kacamata gratis kepada masyarakat yang kurang mampu, di optik Gelora juga dapat melakukan pembayaran secara kredit karena kegiatan jual beli kacamata tidak hanya dalam optik saja melainkan juga ada dinas lapang dapat melayani periksa mata di rumah

maupun kunjungan ke kantor, dengan kelebihan tersebut peneliti memilih optik Gelora sebagai objek dalam penelitian ini.

Berikut data omset penjualan optik gelora dalam 3 tahun terakhir :

Tabel 1.2 Omset Penjualan Optik Gelora 3 Tahun Terakhir

No	Tahun	Omset (Rp)
1	2017	1.060.250.000
2	2018	1.065.501.000
3	2019	1.067.578.000

(Sumber : *Optik Gelora, 2021*)

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas yang menggambarkan bahwa omset penjualan optik Gelora meningkat setiap tahunnya. Peningkatan penjualan tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap optik Gelora meningkat, meskipun persaingan optik di Jombang semakin ketat. Hal tersebut menuntut penjual untuk membuat optik lebih unggul daripada yang lain seperti, model kacamata yang selalu *update* dan beranekaragam, strategi pemasaran yang digunakan, maupun harga yang kompetitif.

Dalam melakukan pembelian, konsumen selalu mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan untuk membeli kacamata di optik Gelora. Persepsi atas harga berkaitan dengan bagaimana informasi harga dipahami oleh konsumen dan dibuat bermanfaat bagi mereka (Fatmawati & Soliha, 2017). Selain harga, keragaman produk juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dimana kebanyakan konsumen lebih memilih toko yang mempunyai banyak pilihan produk, karena produk merupakan persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya (Tobing & Sihombing, 2016). Penelitian

mengenai keputusan pembelian konsumen yang dipengaruhi oleh persepsi harga dan keragaman produk telah dilakukan sebelumnya pada beberapa penelitian dengan objek yang berbeda-beda. Hal ini mengindikasikan bahwa persepsi harga dan keragaman produk penting bagi perusahaan karena berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen secara berkelanjutan agar barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen tetap diminati oleh konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (A & Daniaty, 2017) dengan judul “Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi, dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian” menunjukkan bahwa harga, layanan, tempat, dan keragaman produk signifikan terhadap keputusan pembelian di Hypermart.

Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh (Tobing & Sihombing, 2016) dengan judul “Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan)” menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh lokasi, keragaman produk dan harga terhadap keputusan pembelian. (Anam & Pristiana, 2020) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Mahkota galeri Sidoarjo” menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Suatu inkonsistensi hasil penelitian diatas berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tawas, 2015) menyatakan bahwa persepsi harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan keragaman produk juga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Fuady, 2017). Berdasarkan latar

belakang yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Persepsi Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Optik Gelora Cabang Cukir Jombang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka rumusan permasalahan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Optik Gelora cabang Cukir Jombang?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Optik Gelora cabang Cukir Jombang?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

Penelitian ini hanya berfokus pada keputusan pembelian yang dipengaruhi persepsi harga dan keragaman produk. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen optik Gelora cabang Cukir.

1.4 Tujuan

Sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Optik Gelora cabang Cukir Jombang.

2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Optik Gelora cabang Cukir Jombang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan baik kalangan akademi (mahasiswa) maupun masyarakat terutama berkaitan dengan keputusan pembelian yang dipengaruhi persepsi harga dan keragaman produk.

2. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan, kegunaan penelitian ini dapat memberikan masukan bagaimana keputusan pembelian yang dipengaruhi persepsi harga dan keragaman produk dapat bersaing dengan optik lain utamanya di Jombang.

