

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman semakin lama semakin maju yang menyebabkan adanya perubahan pola tingkah laku masyarakat. Perubahan pola tingkah laku yang dimaksud adalah adanya suatu kegiatan yang mengoleksi sebuah mainan *action figure*. *Action figure* adalah sebuah mainan yang bentuknya seperti sebuah patung yang berupa karakter dari sebuah kartun ataupun seri dari superhero. Biasanya dalam mengoleksi mainan seperti *action figure* hanya dilakukan di kalangan anak-anak saja tetapi, kalangan orang dewasa juga ikut mengoleksi sebuah *action figure*. Mereka mengoleksi mainan seperti itu sebagai bentuk membahagiakan diri karena di masa kecilnya tidak bisa membeli mainan yang mereka mau dan juga mereka senang karena ada sebuah karakter film yang mereka sukai menjadi sebuah mainan yang dapat dikoleksi..

Mereka rela menghabiskan banyak uang hanya untuk membeli sebuah mainan *Action Figure*. Tidak hanya dibuat hiasan di rumah saja, terkadang masyarakat mengoleksi mainan *action figure* digunakan sebagai lomba baik lomba pemilihan *action figure* terkeren sampai dibuat lomba foto *Action figure*. Dengan melihat kondisi seperti ini, menjadikan sebuah keuntungan bagi para industri mainan dan memproduksi mainan tersebut dalam jumlah yang banyak.

Tidak bisa dipungkiri, dengan perkembangan seperti hal yang disebutkan diatas menyebabkan adanya peluang bisnis baru bagi para pebisnis. Peluang bisnis yang dimaksud adalah menjadi distributor *Hobby Shop* yang memperjual belikan yang berkaitan dengan mainan *Action Figure*. Salah satu distributor mainan yang sudah menyebar luas di Indonesia adalah Multi Toys N Games yang merupakan usaha bisnis ritel milik PT. Multi Sarana Prima Nusantara Tidak hanya menjual *Action Figure* saja melainkan juga dengan alat-alat pendukung dalam memasang *Action figure*.

Namun, sebagai distributor bisnis mainan *Action Figure* harus memerlukan kesabaran, dan ketekunan dalam memperoleh keuntungan dalam bisnis ini. Karena

tidak selalu dan setiap hari masyarakat membeli sebuah mainan pastinya juga ada dimana titik bosan para pelanggan akan muncul. Kebosanan yang terjadi disebabkan karena produk yang dijual sudah mereka miliki dan tidak ada ketertarikan dalam membeli lagi. Meskipun merasa bosan mereka akan mencoba untuk mendatangi Multi Toys hanya untuk melihat apakah ada produk yang membuat mereka tertarik. Perilaku tersebut dinamakan *Impulse Buying* atau pembelian yang tidak direncanakan.

Istilah *Impulse Buying* dapat diartikan sebagai suatu perilaku yang dilakukan langsung ditempat dan diikuti keinginan kuat dan perasaan nikmat dan senang (Rook, Dalam Faridathalla, 2016). Perilaku tersebut dipandang sebagai suatu perilaku pembelian yang muncul tanpa dilandasi adanya kebutuhan serta pembelian yang terarah. Artinya kejadian tersebut terjadi secara spontan dan tidak direncanakan sama sekali. Biasanya kejadian tersebut dipengaruhi karena merasa bosan dirumah, diajak teman, atau karena ingin melihat apakah ada produk baru yang dijual.

Namun, kegiatan *Impulse Buying* initergantungan beberapa faktor yang mendukung perilaku tersebut yang diantaranya adalah yaitu faktor harga, promosi yang dilakukan oleh Multi Toys, dan Kualitas Barang yang dijual. Harga merupakan jumlah uang yang dibayarkan individu untuk hak memiliki atau menggunakan sesuatu dan itu adalah jumlah uang yang ditetapkan oleh penjual agar sama untuk semua pelanggan (Umar, Dalam Sesya 2020).

Multi Toys dikenal sebagai sebuah Hobby Shop dengan memiliki harga yang lebih murah dibanding dengan hobby shop yang ada di Indonesia lainnya. Hal tersebut berlaku bagi orang-orang percaya bahwa keuntungan yang mereka dapatkan membenarkan harga barang yang mereka beli, seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa mereka secara konsisten melakukan pembelian ulang dengan produk yang berbeda. Namun meskipun demikian, masih ada beberapa individu yang memilih untuk tidak membeli karena berbagai alasan.

Selain harga, ada juga promosi yang merupakan salah satu kunci penentu terjadinya *Impulse buying*. Promosi adalah upaya yang dilakukan agar konsumen memutuskan untuk membeli produk yang dijual oleh Multi Toys. Promosi

dilakukan agar mengubah sikap dan perilaku para pelanggan yang sebelumnya tidak saling mengenal sehingga mereka akan membeli produk untuk diingat. Jika promosi tidak dilakukan secara benar, maka penjualan tidak akan mencapai potensi yang menguntungkan. Promosi adalah cara terbaik untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Dan faktor terpenting yang mempengaruhi *Impulse buying* yang terjadi di Multi Toys adalah kualitas produk. Pelanggan tidak akan membeli produk yang memiliki kualitas yang buruk. Kualitas produk adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk yang dijual (Zeithalm, Dalam Najib, Dkk, 2022). Yang dimaksud kualitas disini adalah terletak dari kemampuan barang, ketangguhan barang, dan ukuran sebuah produk yang menjadi indikasi sebuah kualitas barang

Dari uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap impulse buying di multi toys n games shop dengan objek penelitian di Multi Toys n games shop dan sebagai populasinya adalah para konsumen multi toys. Alasan mengambil objek penelitian di Multi Toys N Games karena produk yang diperjual belikan sangatlah banyak dan beragam juga selain itu memiliki kualitas yang terjamin juga harga yang terjangkau. Seringkali pelanggan yang datang ke Multi Toys kebanyakan orang yang hanya sekedar melihat-lihat ataupun mengecek apakah ada produk yang terbaru. Dengan adanya hal tersebut terjadilah keputusan pembelian yang tidak terduga atau *Impulse Buying*. Selain itu juga, hal ini menjadikan perbedaan antara penelitian sebelumnya yang dimana didalam penelitian ini melakukan penelitian terkait *hobby shop* yang saat ini sedang digemari banyak orang. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui seberapa banyak konsumen yang mengalami *Impulse Buying* di Multi Toys N Games dan mengangkat judul **“PENGARUH HARGA, PROMOSI, KUALITAS BARANG TERHADAP IMPULSE BUYING PELANGGAN PADA MULTI TOYS N GAMES”**.

Dalam membantu penelitian yang dilakukan, peneliti mengambil referensi dari penelitian terdahulu yang berjudul **“PENGARUH PRICE DISCOUNT**

TERHADAP IMPULSE BUYING PADA PLATFORM APLIKASI TOKOPEDIA”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop ?
2. Apakah promosiberpengaruh signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop ?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop ?
4. Apakah Harga, promosi, dan kwalotas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop ?

1.3 Batasan Masalah

Permasalahan pada identifikasi masalah tersebut tidak akan dibahas secara keseluruhan karena berbagai keterbatasan dan menghindari meluasnya permasalahan serta agar lebih mudah dipahami dan dimengerti maka dalam penelitian ini penulis memberikan batasan-batasan mengenai masalah yang diteliti, yaitu mengenai pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap *impulse buying* toys n games surabaya

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi secara signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk secara signifikan terhadap impulse buying di multi toys n games shop
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, Promosi, dan kualitas produk secara simultan terhadap impulse buying di multi toys n games shop

1.5 Manfaat Penelitian

Pada penulisan ini diharapkan memiliki manfaat penelitian antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi informasi yang digunakan dalam meningkatkan penjualan melalui *impulse buying* sesuai perusahaan harapkan. selain itu adanya penelitian ini berguna menjadi masukan dalam menerapkan pengembangan bisnis yang lebih baik

2. Bagi STIAMAK Barunawati

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dan wawasan untuk mahasiswa dalam berpikir, menambah literatur perpustakaan sehingga bermanfaat bagi semua pihak, sekaligus dapat menerapkan teori dalam bidang Dalam Pengembangan bisnis usaha yang dijalankan

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan wawasan yang bertambah. Peneliti lebih memahami tentang harga, promosi, dan kualitas produk terhadap impulse buying diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengertian dan pemahaman penulisan ini, maka penulis menyusun dalam suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang masalah yang menjadi acuan penelitian dan landasan penelitian. Adanya rumusan masalah yang menjadi fokus orientasi penelitian. Selain itu terdapat batasan masalah agar penelitian

yang dilakukan tidak menyimpang dari rumusan masalah. Serta terdapat tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Dan sistematika penulisan yang berisi uraian singkat proses penulisan tugas akhir ini lebih terarah.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan pembahasan penelitian yang diperkuat dengan menunjukkan hasil penelitian sebelumnya. Teori-teori tersebut diperoleh dari buku-buku referensi serta sumber informasi lain yang terkait dengan pembahasan penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan penelitian dan penulisan laporan penelitian. Agar hasil yang dicapai tepat, maka diperlukan langkah-langkah penelitian yang terstruktur dan terarah, sehingga hasil yang diperoleh tidak menyimpang dari tujuan awal penelitian.

4. BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang analisis dari hasil pengamatan, pengumpulan dan pengelolaan data sehingga hasil yang dicapai selama penelitian dan pembuatan laporan penelitian.

5. BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari pokok-pokok bahasan yang disertai dengan saran-saran bagi pihak terkait sebagai objek penelitian untuk memperbaiki kekurangan yang ada dan untuk perkembangan dimasa yang akan datang