

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era *modern* ini teknologi berkembang dengan pesat. Saat ini kebutuhan penggunaan internet menjadi hal yang dianggap sangat penting bagi setiap individu. Bahkan sebagian orang menggunakan jaringan internet dengan sangat bijak dan positif, salah satu contohnya yaitu digunakan sebagai peluang bisnis *online*. Munculnya berbagai *outlet* yang menggunakan internet untuk menyebarkan informasi dan promosi diberbagai media sosial menjadi bukti bahwa pertumbuhan bisnis *online* berkembang dengan pesat. Perkembangan dalam bisnis *online* ini terjadi pula di Jombang (Ardiana, 2019). Mengikuti perkembangan teknologi memang sangat perlu, hal ini juga dilakukan oleh *Lereng Tambora Outdoor Store* yang menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produknya.

Lereng Tambora Outdoor Store adalah sebuah *outlet* yang menjual berbagai jenis Alat *Outdoor* seperti tenda, tas, baju, sepatu dan lain – lain khususnya untuk para pegiat alam bebas. Namun, jika ada permintaan dari konsumen maka akan dilayani sesuai dengan permintaan seperti merek dan model Alat *Outdoor*. *Lereng Tambora Outdoor Store* berdiri sejak tahun 2016 yang didirikan oleh bapak Imam Ma'shum. *Lereng Tambora Outdoor Store* terletak di daerah Cukir yang beralamat di lampu merah cukir ke timur 100 meter Ds. Cukir Kec Diwek Kab. Jombang.

Aktivitas traveling dan kegiatan luar ruangan (*Outdoor*) makin digemari . Serta banyaknya komunitas dan mapala yang ada di jombang. Hal ini lah yang menjadi peluang bisnis pada saat ini (Ma'shum, 2020). Berikut ini data komunitas dan mapala yang ada di Jombang.

Tabel. 1.1
Data Komunitas Pecinta Alam Se – Jombang

No	Nama
1	My Trip My Adventure Jombang
2	KOPAJA
3	Ndayak Kota
4	Amburadul Team
5	Kerabat Mbolang
6	Apen – Apen Adventure
7	Pepala Nusantara
8	Kopala
9	Komunitas Pendaki Lestari

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 1.2
Data Mapala Se – Jombang

No	Nama	Asal Perguruan Tinggi
1	Mpa.Basundara	STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG
2	UKM PA GREEN CAMPUS	STKIP PGRI JOMBANG
3	IMPECTA	UNIPDU
4	BIMAPALA	UNHASY
5	BATURPALA	UNDAR
6	Mpa. Trisula	UNDAR
7	MAPALAPSI	UNDAR

Sumber: Data diolah, 2020

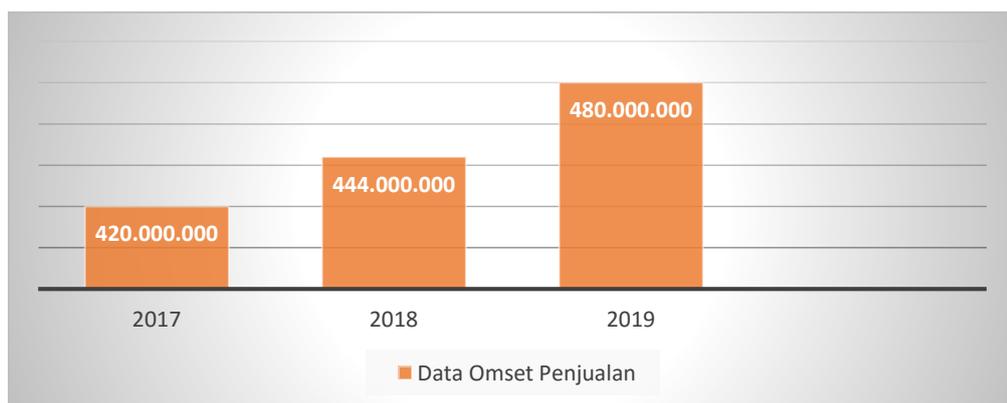
Berdasarkan fenomena tersebut yang membuat *Lereng Tambora Outdoor Store* melakukan bisnis penjualan alat *outdoor*. *Lereng Tambora Outdoor Store* bukanlah satu-satunya *outlet* yang menjual berbagai Alat *Outdoor*. Tetapi juga ada pesaing yang ada di Jombang. Berikut ini data *Outlet* yang menjual alat *Outdoor* di Jombang :

Tabel. 1.3
Data Toko Alat Outdoor Di Jombang

No	Nama Toko	Followers
1	Lereng Tambora Outdoor Store	5947
2	Playgame Adventure Jombang	1756
3	Zona Outdoor Gear	484

Sumber: Data diolah, 2020

Persaingan yang sangat ketat antara outlet *outdoor* yang ada di Jombang membuat *Lereng Tambora Outdoor Store* terus melakukan pembenahan dalam segi pemasaran. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Ma'shum, 2020). Banyaknya konsumen yang berdatangan untuk membeli produk *Lereng Tambora Outdoor Store* sehingga omset penjualan terus mengalami kenaikan. Adapun data penjualan dari outlet *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang dari tahun 2017 – 2019 dapat dilihat pada grafik berikut ini :



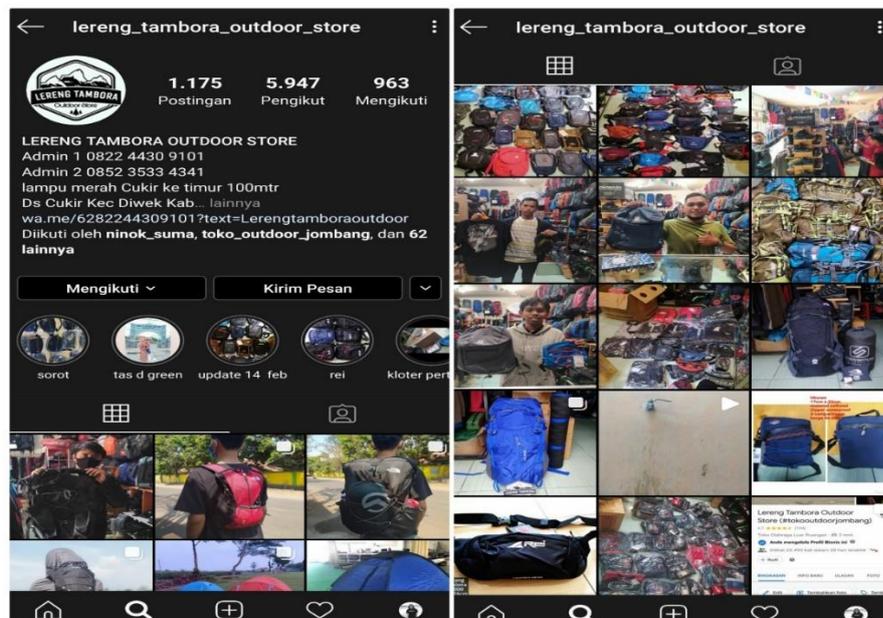
Sumber: *Lereng Tambora Outdoor Store*, tahun 2020

Gambar 1.1 grafik data omset penjualan tahun 2017 – 2019

Dari gambar 1.1 terlihat bahwasanya penjualan pada *Lereng Tambora Outdoor Store* dari tahun 2017 hingga tahun 2019 mengalami peningkatan

setiap tahunnya. Peningkatan penjualan produk alat *outdoor* tersebut menunjukkan bahwa outlet *Lereng Tambora Outdoor Store* mampu bersaing dan mampu mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan. Berdasarkan informasi yang didapatkan peneliti, peningkatan omset penjualan di duga dipengaruhi oleh promosi melalui media sosial dan Keragaman produk.

Agar outlet *Lereng Tambora Outdoor Store* bisa bersaing dan tidak kalah dengan *outlet* lainnya. Maka *Lereng Tambora Outdoor Store* juga memberikan kemudahan bagi para konsumen dengan menggunakan media sosial yaitu instagram sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang dijualnya. Dengan adanya *account* instagram dari *Lereng Tambora Outdoor Store* ini diharapkan agar konsumen lebih mudah memperoleh informasi tentang apa saja produk yang dijual oleh dari *Lereng Tambora Outdoor Store* (Ma'shum, 2020).



Gambar 1.2 Halaman Instagram *Lereng Tambora Outdoor Store*

Berdasarkan hasil riset terdahulu tentang promosi melalui media sosial menjadi hal penting dalam perkembangan pemasaran bisnis *online*. Salah satunya bentuk media sosial yaitu instagram. *Lereng Tambora Outdoor Store* mempromosikan produknya lewat media sosial Instagram agar dapat menginformasikan kepada konsumen dan konsumen dapat melakukan pembelian di *outlet* tersebut.

Menurut Kotler & Armstrong (2014) promosi ialah kegiatan yang mengacu digunakan dalam mengkomunikasikan manfaat dari produk dan membujuk pelanggan sasaran agar membelinya. Media sosial instagram digunakan sebagai media promosi karena dirasa sangat efektif dan efisien, Hal tersebut juga telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dari Ardiana (2019) yang menyatakan bahwa promosi melalui media sosial menyebabkan keputusan pembelian. Dan melalui keragaman produk Alat *Outdoor* yang di jual oleh *Lereng Tambora Outdoor Store* dari berbagai merk, model maupun warna agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan melakukan pembelian di *outlet* tersebut. Hal tersebut juga dilakukan oleh peneliti terdahulu dari Ramadhan (2018) yang menyatakan bahwa keragaman produk dapat menyebabkan keputusan pembelian.

Informasi tentang suatu produk adalah hal penting yang bisa mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2009) Keputusan pembelian ialah suatu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian produk yang melalui beberapa tahapan proses dalam melakukan keputusan pembelian. Dari pernyataan tersebut dapat

dikatakan bahwa pencarian informasi dan evaluasi merupakan tahapan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan pemaparan teori dan data-data yang telah diuraikan di atas, yang menjadi latar belakang penulis dalam melakukan penelitian tentang: **“PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi kasus pada konsumen di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Promosi Penjualan melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Alat Outdoor di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang ?
2. Apakah Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Alat Outdoor di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh Promosi Penjualan melalui media sosial terhadap keputusan pembelian Alat Outdoor di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang.
2. Untuk mengetahui, menganalisis dan menjelaskan pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian Alat Outdoor di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat sebagai sarana untuk menambah dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh diperguruan tinggi dan juga untuk memperluas wawasan

2. Secara praktis

Dapat digunakan sebagai data dan bahan pertimbangan dalam mengevaluasi keputusan pembelian melalui promosi penjualan melalui instagram dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian.

1.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya berkaitan dengan Promosi Melalui Media Sosial pada aplikasi Instagram, Keragaman Produk dan Keputusan Pembelian.
2. Penelitian ini pada konsumen di *Lereng Tambora Outdoor Store* Jombang.
3. Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli – Agustus 2020.