

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik. Pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya dan dapat bertahan dalam bersaing di pasar.

Perhatian terhadap kepentingan konsumen dengan cara melihat kebutuhan dan keinginan serta kepuasan atas pelayanan menjadi faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk dapat memberikan sesuatu yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi konsumen adalah memberikan kepuasan melalui kinerjanya yang sesuai dengan kualitas produk dan jasa yang ditawarkan.

Harga merupakan suatu profit strategy untuk menarik lebih banyak konsumen baru, mempertahankan konsumen yang ada, menghindari berpindahnya konsumen dan menciptakan keunggulan khusus. Perusahaan yang mengutamakan Harga yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Harga sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Harapan konsumen merupakan faktor penting, kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Dengan adanya Harga yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Selain Harga, harga juga faktor lainnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

CV. Rejeki Agung Toys merupakan badan usaha yang bergerak dibidang distributor mainan anak anak. Dan sudah banyak pesaing dengan badan usaha lain yang sama bidangnya. Munculnya usaha-usaha baru sebagian diantaranya mempunyai kegiatan operasi yang sejenis dengan usaha yang telah ada sebelumnya. Kondisi demikian tentunya akan menimbulkan persaingan diantara badan usaha yang ada dalam memasarkan produknya pada konsumen. Di sisi lain perusahaan harus mencapai tujuan utamanya menjaga komunitas perusahaan untuk mencapai laba yang maksimal. Untuk itu timbul berbagai cara untuk menarik kosumen baik dengan mempertahankan pelanggan lama mauun menarik pelanggan baru.

Selain itu, Media Sosialjuga harus diperhatikan dalam berbelanja online karena Media Sosial merupakan salah satu cara untuk melakukan penjualan guna meningkatkan jumlah penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengambil penelitian dengan judul **“PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI DI CV. REJEKI AGUNG TOYS”**

1.2 Rumusan Masalah

Adapun beberapa masalah yang ditemukan dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut :

1. Apakah Variabel Media Sosial dan Harga Berpengaruh Secara Parsial terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys?
2. Apakah Variabel Media Sosial dan Harga Berpengaruh Secara Simultan terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys?
3. Diantara Variabel Media Sosial dan Harga manakah yang berpengaruh paling Dominan terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan yang ditemukan dari rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Variabel Media Sosial dan Harga Berpengaruh Secara Parsial terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys.
2. Untuk Mengetahui Apakah Variabel Media Sosial dan Harga Berpengaruh Secara Simultan terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys.
3. Untuk Mengetahui Variabel Media Sosial dan Harga manakah yang berpengaruh paling Dominan terhadap Minat Beli di CV. Rejeki Agung Toys.

1.4 Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka dapat disimpulkan kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Menerapkan teori ilmu yang didapat dibangku kuliah dan dipraktikan sesungguhnya di lapangan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai tolak ukur bagi perusahaan atas kinerjanya sehingga dapat dipakai sebagai acuan peningatan opsional perusahaan diwaktu yang akan datang

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Dengan penelitian dapat dimanfaatkan sebagai literatur atau referensi bagi peneitian selanjutnya.

4. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan tambahan pengetahuan dan kepustakaan dibidang manajemen.