

# **Bab 1**

## **Pendahuluan**

### **I.1 Latar Belakang Masalah**

Alat tulis kantor sekarang ini sudah menjadi kebutuhan semua orang khususnya di kalangan masyarakat salah satu produk yang dimintai konsumen adalah produk Pulpen My-Gell dari PT. Emico Mitra Cemerlang dimana PT. ini salah satu perusahaan yang bergerak sebagai distributor utama penjualan Pulpen My-Gell. Kebutuhan akan alat-alat tulis ini sering kali menjadi kebutuhan yang tidak terduga untuk dibeli. Dimasa pandemi covid-19 ini usaha alat kantor mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis, di karenakan semua kegiatan pembelajaran di kampus maupun sekolah di tiadakan. hal ini tentunya membuat keuangan perusahaan menurun dan kemungkinan besar terjadinya pemberhentian karyawan di PT. Emico Mitra Cemerlang.

Masalah penurunan penjualan dikarenakan menurunnya adanya pandemic covid 19 yang mengakibatkan keputusan pembelian konsumen yang terbagi dari sector sekolah maupun perkantoran disebabkan oleh pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, jumlah pembelian dan waktu pembelian. Jika dilihat dari pilihan produk, masih ada konsumen belum yakin terhadap kualitas harga terhadap produk my gell. Jika dilihat dari waktu pembelian, terbatasnya waktu pembelian dengan stok penyediaan Pulpen My-gell yang menyebabkan menurunnya keputusan pembelian konsumen.

Untuk melihat perkembangan pembelian suatu produk, perusahaan dapat memperhatikan kegiatan-kegiatan yang terdapat pada strategi promosi perusahaan yang diantaranya periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, pemasaran langsung. Dengan memperhatikan kegiatan-kegiatan promosi, perusahaan dapat mengkomunikasikan produk kepada konsumen sehingga konsumen dapat mengetahui berbagai informasi tentang produk yang diinginkannya. Akan tetapi tanpa kegiatan promosi yang baik, konsumen atau calon konsumen tidak akan mendapatkan informasi tentang produk yang diinginkan sehingga menyebabkan konsumen tidak tertarik membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Perkembangan pembelian suatu produk juga dapat dilihat pada saluran distribusi yang dilakukan perusahaan. Hal ini dikarenakan saluran distribusi ini sebagai salah satu saluran pemasaran yang sering digunakan perusahaan untuk memasarkan produk langsung kepada konsumen. Apabila tidak ada saluran distribusi maka barang - barang yang dibutuhkan konsumen tidak akan ada di pasaran , sebaliknya jika produk tersedia dengan mudah, dan dapat dijangkau oleh pembeli dalam waktu yang cepat, maka pembeli atau konsumen akan segera mengambil keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian dan latar belakang diatas , maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Promosi , Harga dan Pengaruh Saluran distribusi terhadap Keputusan Pembelian Pulpen My-gell di PT.Emico Mitra Cemerlang Medan “**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

1. Promosi yang kurang efektif sehingga terjadi penurunan konsumen
2. Harga lebih tinggi dibandingkan merk lain
3. Saluran Distribusi yang kurang berjalan lancar
4. keputusan Pembelian mengalami penurunan terlihat dari menurunnya jumlah penjualan.

## **I.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka menjadi permasalahan dalam penelitian ini :

1. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Pulpen My-Gell pada PT Emico Mitra Cemerlang Medan?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pulpen my gell pada PT. Emico Mitra Cemerlang Medan ?
3. Bagaimana pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Pulpen My-Gell pada PT Emico Mitra Cemerlang Medan?

#### **1.4 Teori promosi terhadap keputusan pembelian**

Menurut Amar (2009), bauran promosi adalah kombinasi alat utama yang terdiri dari periklanan, personal selling, publisitas, promosi penjualan dan pemasaran langsung. Promosi merupakan salah satu variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yang memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan keberadaan dan nilai produk kepada calon pelanggan. Promosi merupakan salah satu variabel yang terdapat dalam bauran pemasaran yang memiliki peranan penting untuk mengkomunikasikan keberadaan dan nilai produk terhadap calon pelanggan.

#### **1.5 Teori harga terhadap keputusan pembelian**

Menurut Tengku husin (2011) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui proses tawar menawar,

#### **1.6 Teori Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian**

Menurut Kotler (2008) Saluran distribusi adalah sekelompok organisasi yang saling tergantung yang membantu membuat produk atau jasa tersedia untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis. Menurut Kotler (2008)

#### **1.7 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian Pulpen My-Gell pada PT Emico Mitra Cemerlang.
2. Menganalisis serta mendeskripsikan pengaruh harga di Pt. Emico Mitra Cemerlang
3. Untuk menganalisis pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian Pulpen My-Gell pada PT Emico Mitra Cemerlang .

#### **1.8 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah dan memperdalam wawasan pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran sehubungan dengan pengaruh promosi dan saluran distribusi terhadap

keputusan pembelian dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana.

2. Bagi Perusahaan

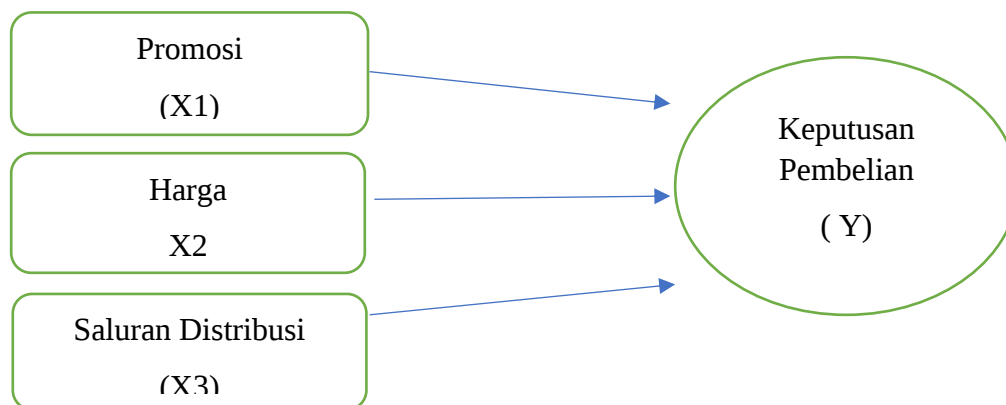
Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan rujukan dan perbandingan serta bahan pertimbangan dalam meningkatkan keputusan pembelian melalui promosi dan saluran distribusi pada masa yang akan datang.

3. Bagi Universitas Prima Indonesia

Sebagai bahan referensi dan data tambahan untuk melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan bidang manajemen pemasaran.

### 1.9. Kerangka Konseptual

Berikut ini adalah gambar kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menggambarkan hubungan antara variable bebas dengan variable terikat



### 1.10. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada kerangka konseptual, maka dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H1 : Ada Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian

H2 : Ada Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian

H3 : Ada Pengaruh Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian

H4 : Ada Pengaruh Promosi, Harga, Saluran Distribusi terhadap keputusan pembelian