

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ikan hias adalah merupakan suatu bentuk hewan seni yang banyak diminati dan disenanginya. Daya tarik yang dapat ditampilkan bebetrapa jenis ikan hias membuat banyak orang yang menyukai, sehingga mau melakukan pembelian. Ikan hias dapat berpenampilan yang sangat menarik dan menjadi hiburan yang menyenangkan bagi banyak orang, bukan saja anak-anak tetapi juga orang dewasa.

Untuk pemasarannya pada masa sekarang ini termasuk sangat bagus dan meliputi banyak kalangan. Penampilan model dan jenis ikan yang mampu memberikan hiburan bagi para penggemar atau pemiliknya, maka harganya pun sampai ratusan ribu bahkan sampai jutaan rupiah. Hal ini menjadikan peluang yang sangat luas terhadap para pedagang ikan hias ini agar dapat diterima dan banyak dicari masyarakat pecinta ikan hias ini.

Pokok pemilihan dalam pembelian jenis ikan hias adalah tentang factor harga yang menjadi salah satu pertimbangan pembeli dalam memutuskan untuk melakukan pembelian ikan hias tersebut. Penjual dalam menghadapi pembeli dimasa sekarang berusaha selalu meng-update harga, sehingga selalu baru dan sering terjadi perubahan sesuai dengan hasil evaluasi yang dilakukan pemilik ikan hias tersebut. Kemudian penampilan yang menarik dapat menentukan harga jual jenis ikan hias, karena bentuk model yang dimiliki ikan hias membuat

konsumen akan melakukan pembelian meskipun dengan harga yang mahal. Kemudian hasil kreatifitas dan keaktifan penjual ikan yang sering mengikuti beberapa kegiatan lomba yang selalu mengikutkan kompetisi ikan yang piara. Hasil kompetisi yang membuat ikan hias mendapatkan juara, maka hal itu dapat menjadikan harga ikan menjadi melambung dan sangat tinggi. Bahkan sampai jika dibuat keturunannya juga dapat menjadi berharga mahal pula. Rata-rata ikan yang mendapatkan juara itu yang memburu atau ingin membelinya sangat banyak, sehingga harga jualnya secara otomatis akan meningkat dengan drastisnya.

Factor lainnya yang banyak menjadi pertimbangan dalam melakukan pembelian di Mola Moly ikan hias Ponorogo adalah jenis ikan yang tersedia sangat bervariasi dan sangat banyak jenisnya. Oleh karena itu konsumen atau pelanggan dapat melakukan pilihan dengan laluasa mulai dari yang sederhana sampai model yang sangat menarik. Dalam memberikan daya tarik kepada konsumen maka penjual berusaha selalu melakukan update variasi produk. Yaitu setiap ada barang baru akan melakukan dan di tampilkan di depan dan langsung dapat dilihat konsumen yang datang. Oleh karena itu variasi produk menjadi suatu bentuk dorongan konsumen dalam melakukan pembelian di Mola Moly ikan hias Ponorogo. Konsumen yang datang atau melakukan kontak dengan bagian pemasaran akan diberikan atau disuguhi dengan beberapa variasi produk yang begitu banyak dan juga dapat melakukan pemilihan yang lebih laluasa.

Dengan demikian konsumen mendapatkan kesempatan banyak pilihan terhadap berbagai produk yang ada.

Hal lainnya yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian ikan hias di Mola Moly ikan hias Ponorogo adalah tentang personal selling yang menjadi ujung tombak kegiatan pemasaran produk ikan hias di Mola Moly Ponorogo. Salah satu upaya memaksimalkan penjualan yaitu dengan meng- update tenaga penjualan dengan cara melakukan pelatihan dan pembinaan untuk menambah pengetahuan khususnya pada jenis ikan hias yang baru tersebut. Tata cara yang dilakukan oleh para tenaga penjual produk ikan hias dengan mengerahkan tenaga pemasaran yaitu personal selling yang mampu berhubungan langsung dengan konsumen dan juga dapat memberikan pengetahuan tentang produk yang dijual di Mola Moly Ponorogo. Oleh karena itu dengan adanya personal selling tersebut dalam melakukan pemasaran barang dagangan berupa ikan hias dapat memberikan kelancaran dan sekaligus dapat bersentuhan langsung dengan konsumen pemakai.

Usaha perdagangan dalam melakukan pemasaran produk ikan hias dapat menjadikan konsumen mempunyai kesempatan untuk memutuskan dalam melakukan pembelian produk sebagaimana yang diinginkan. Dorongan yang dapat membuat konsumen melakukan pembelian produk perusahaan adalah terjangkaunya harga yang ditetapkan penjual, kemudian jenis atau variasi produk yang dijual dan dorongan dari keberadaan personal selling. Konsumen dalam melakukan pembelian produk ikan hias itu membutuhkan suatu pertimbangan

yang begitu serius agar dalam melakukan pembelian tidak akan terjadi kecewa dan merasa dibuat tidak puas. Dengan demikian konsumen memutuskan sepakat untuk membeli dengan alasan banyak faktor yang dapat menjadi penguat antara lain adalah dengan faktor harga, variasi produk dan personal selling.

Sebagai pedagang ikan hias yang berusaha menyediakan ikan hias untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka toko mola moly Ponorogo terus melakukan penataan dan berusaha menjaga komitmen dan konsistensi harga, variasi produk dan keberadaan personal selling. Konsumen secara silih berganti setiap hari datang ke gerai ikan hias di Mola Moly Ikan hias Ponorogo, sebagai awal mula datang melihat jenis barang yang ada, kemudian ada rasa tertarik menanyakan harga di masing-masing produknya. Jika dirasakan ada kecocokan selanjutnya akan bertanya tentang harga, kemudian menanyakan berbagai hal tentang jenis ikan, jenis makannya, dan termasuk cara piaranya dan sebagainya.

Banyak konsumen yang melakukan pembelian produk dengan berbagai jenis ikan hias, yang dengan begitu semangat melakukan pembelian beberapa jenis ikan hias. Hal ini peneliti menjadi terdorong untuk mengetahui sejauhmana pengaruh variasi produk itu dapat memotivasi konsumen dalam melakukan pembelian. Selain itu juga terdapat keinginan untuk membuktikan bahwa variasi produk ikan hias tersebut dapat menjadi pendorong konsumen, dan seberapa besar kemampuan mendorong konsumen dalam memutuskan untuk melakukan dan merealisasikan pembelian ikan hias dari factor variasi produk tersebut.

Kemudian banyak juga konsumen yang secara serius memperhatikan dan mendengarkan penjelasan dan berbagai trik penawaran dari tenaga penjual atau personal selling, kemudian akhirnya konsumen melakukan pembelian ikan hias tersebut. Keadaan ini membuat peneliti berkeinginan untuk mengetahui pengaruh personal selling terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk ikan hias tersebut. Kemudian dalam hal ini peneliti juga berkeinginan untuk mengetahui bukti-bukti yang memperkuat bahwa keberadaan personal selling itu mampu mendorong konsumen dalam melakukan pembelian produk ikan hias di Mola-Moly Ponorogo.

Dengan begitu besar keinginan masyarakat untuk membeli ikan hias di Mola-moly Ponorogo, maka perlu dirasakan untuk dilakukan pengukuran faktor- faktor yang dapat memberikan dorongan pada konsumen untuk melakukan pembelian produk ikan hias di Mola Moly Ponorogo. Hal ini sangat bermanfaat untuk memberikan dorongan yang dapat menjadikan konsumen mengambil keputusan membeli produk ikan hias tersebut. Keadaan ini penting untuk memberikan gambaran bagi pimpinan untuk melakukan program dan mengatur strategi pemasaran yang harus di lakukan agar konsumen melakukan pembelian yang berulang-ulang. Mulai dari kebijakan update harga, kebijakan penyediaan update variasi produk ikan hias dan mempersiapkan tenaga penjual atau personal selling dengan memberikan refres terhadap produk-produk baru agar konsumen merasa terikat dan selalu tertarik untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan beberapa uraian tersebut, maka dalam kesempatan ini penulis mengambil judul dalam penelitian ini yaitu: PENGARUH HARGA, VARIASI PRODUK DAN PERSONAL SELLING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN IKAN HIAS DI MOLA MOLLY PONOROGO.

1.2. Rumusan Masalah

- a. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo ?
- b. Apakah faktor variasi produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo ?
- c. Apakah Faktor personal selling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo ?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- b. Untuk mengetahui apakah faktor harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui apakah faktor variasi produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui apakah faktor personal selling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen ikan hias di Mola Molly Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a) Manfaat Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau input bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan bidang pemasaran ikan hias khususnya dalam pelayanan pelanggan sehingga mencapai pada memutuskan untuk melakukan pembelian.

b) Manfaat Praktis

Sedangkan kegunaan penelitian secara praktis adalah :

1) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk menetapkan langkah-langkah selanjutnya dan dapat dijadikan sebagai dasar pengambilan keputusan khususnya mengenai bidang pemasaran dan keputusan konsumen dalam pembelian produk ikan hias.

2) Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini, peneliti dapat membandingkan antara teori dengan praktek yang diterapkan di perusahaan dalam peningkatan dan pencapaian keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk ikan hias.

3) Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan referensi perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

4) Bagi Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman atau acuan bagi peneliti lanjutan dan sekaligus berguna sebagai acuan dalam peneliti lain yang pembahasan dan bidang penelitian yang sama sehingga menjadikan program pemasaran akan menjadi semakin meningkat dan mampu meningkatkan kuantitas penjualan produk ikan hias.

