

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di Era digital persaingan dagang semakin ketat, dimana masing-masing perusahaan berusaha menciptakan kesan yang baik terhadap produknya untuk mengundang perhatian konsumen (Radjapati *et al.*, 2018). Saat ini teknologi di gadang- gadang sangat berpengaruh pada aktivitas kehidupan manusia. Bisa kita lihat manusia mulai mengandalkan sebuah teknologi guna mempermudah aktivitas dan ruang geraknya dalam segala aspek mulai dari bekerja hingga mencari hiburan. Perkembangan teknologi informasi membuat berbagai kegiatan menjadi lebih mudah dan dapat dilaksanakan dengan praktis, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja (Santoso *et al.*, 2020). Di masa yang maju ini teknologi juga bisa dijadikan sebagai alat bertukar informasi, oleh karena itu persaingan teknologipun terjadi, setiap perusahaan berusaha untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi konsumennya dalam segala kebutuhan. Fenomena ini menuntut setiap perusahaan untuk mengembangkan strategi dan taktik yang sesuai dengan target untuk menarik konsumen. Dengan perencanaan komunikasi yang efektif dapat merubah perilaku konsumen sesuai dengan sasaran yang dituju.

Kepuasan konsumen merupakan bagian yang terpenting untuk meningkatkan keputusan pembelian (Pardede & Haryadi, 2017), berfokus dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk maupun layanan adalah salah satu trik dalam persaingan bisnis. *Personal selling* dapat dijadikan sebagai salah satu alat yang bisa digunakan untuk meningkatkan keputusan pembelian. Menurut (Melati, 2020) “*Personal selling* merupakan komunikasi langsung antara penjual dan calon pelanggan untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon pelanggan dan membentuk pemahaman pelanggan terhadap produk sehingga mereka kemudian akan mencoba dan membelinya”. *Personal selling* bisa disebut sebagai komunikasi pemasaran yang cocok untuk memasarkan suatu produk yang yang membutuhkan penanganan yang lebih kompleks (Suherman, 2016), seperti produk apple yang memasarkan produk dengan membandrol harga yang cukup tinggi sehingga tidak semua kalangan yakin untuk membeli produk apple tersebut, dan pada kenyataannya ada beberapa *personal sales* yang tidak memberikan informasi secara mendetail sehingga terkesan cuek dan membuat konsumen menjadi tidak nyaman, dengan adanya penelitian ini diharapkan *personal sales* dapat memberikan informasi mengenai keunggulan dan fitur yang ada pada produk apple, cara penggunaan produk serta menanamkan pesan-pesan persuasif melalui komunikasi persuasif.

Hovland, Janis, dan Kelly (Rakhmatin, 2017) menjelaskan komunikasi persuasif merupakan keadaan seorang komunikator melakukan sebuah komunikasi yang memiliki makna persuade sehingga mempengaruhi perilaku seseorang. dengan adanya *personal sales* dapat menambah daya tarik konsumen untuk lebih mengenal suatu produk dengan secara mendetail, sehingga konsumen merasa lebih mantap untuk menentukan produk yang sesuai dengan harapannya dan secara tidak langsung konsumen mengikuti pesan persuasif yang disampaikan. Penyampaian informasi yang tepat dan dapat diterima dengan baik oleh konsumen menciptakan suatu tindakan yang disebut keputusan pembelian (Christine & Oktavianti, 2021), dimana saat konsumen menentukan sikap untuk melakukan pembelian suatu produk artinya *personal sales* berhasil dalam melakukan komunikasi persuasif dalam pendekatan komunikasi interpersonal. Konsep tersebut juga yang akan diterapkan oleh digimap dalam memasarkan produk apple.



**Gambar 1. 1**

**Data Penjualan 2021**

Digimap merupakan salah satu *Apple Premium & Authorized Reseller* di Indonesia, digimap memasarkan produk-produk Apple seperti iPhone, iPad, MacBook, iMac, apple watch serta Apple TV. Seperti yang diketahui bersama bahwa produk apple merupakan produk yang diandalkan diseluruh dunia, eksistensinya tidak kalah dengan produk-produk elektronik yang beredar di pasaran, saat ini *store* digimap sedang melebarkan sayap dengan membuka cabang di berbagai kota mulai dari Jakarta, Yogyakarta, Semarang, Palembang, Jambi, Padang dan 33 *store* lainnya yang tersebar di seluruh Indonesia. Oleh karena itu semakin banyak *store* yang dibuka di berbagai daerah semakin dibutuhkan strategi komunikasi yang baik untuk mendongkrak penjualan produk apple khususnya iPhone. Digimap menggunakan *personal sales* untuk melakukan pendekatan

komunikasi interpersonal, serta memberikan pelayanan, pemahaman dan arahan yang tepat mengenai fitur dan kegunaan produk apple dalam membantu aktivitas sehari-hari. Digimap mall taman anggrek merupakan salah satu *store* digimap yang terbilang baru, digimap mall taman anggrek mulai beroperasi ditahun 2021. Dari data penjualan produk apple di digimap taman anggrek pada tahun 2021 yang tertera diatas dapat dilihat terjadi penurunan penjualan di kuartal ke tiga yaitu di bulan juli agustus dan september Sehingga digimap taman anggrek memerlukan perhatian khusus untuk menangani permasalahan ini sehingga peneliti tertarik untuk menganalisa apa yang menjadi minat beli masyarakat terhadap produk apple. Menurut pemaparan diatas digimap adalah *store* yang menjual produk apple, yang mana produk apple merupakan produk menengah ke atas, sehingga untuk menyentuh sisi emosi konsumen dalam menciptakan keputusan pembelian produk apple, digimap menggunakan *personal sales* dengan komunikasi persuasif untuk menciptakan penjualan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih judul “Pengaruh Komunikasi Persuasif *Personal Sales* Terhadap keputusan pembelian Produk Apple di Digimap Mall Taman Anggrek”.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, rumusan masalah yang di dapat yaitu “Apakah terdapat Pengaruh Komunikasi Persuasif *Personal Sales* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple di Digimap Mall Taman Anggrek?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Komunikasi Persuasif *Personal Sales* Terhadap keputusan pembelian Produk Apple di Digimap Mall Taman Anggrek.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian Pengaruh Komunikasi Persuasif *Personal Sales* Terhadap minat beli Produk Apple di Digimap Mall Taman Anggrek meliputi:

#### **Manfaat Teoritis**

Manfaat dari penelitian yang penulis lakukan diharapkan bisa menjadi acuan penulis lain untuk menjadi referensi bacaan khususnya di bidang ilmu komunikasi serta menambah pengetahuan ilmu komunikasi mengenai konsep komunikasi persuasif *personal sales*.

#### **Manfaat Praktis**

1. Diharapkan dari penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis serta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.
2. Penelitian yang dilakukan bisa bermanfaat serta menjadi pertimbangan untuk meningkatkan kualitas serta layanan bagi Digimap Mall Taman Anggrek.
3. Hasil dari penelitian ini bisa menambah sumber bacaan di perpustakaan

Universitas Esa Unggul.

Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**



Universitas  
**Esa Unggul**

Univers  
**Esa**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa Unggul**