



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Event Organizer atau yang seringkali disebut EO adalah suatu badan penyedia jasa untuk menampung, merancang, mengorganisir, dan merealisasikan segala sesuatu yang menjadi keinginan pihak yang menyewa jasa EO tersebut. Di zaman serba sibuk dan kerap kali banyak orang menginginkan sesuatu yang instan atau tidak merepotkan dirinya sendiri menjadi peluang usaha tersendiri bagi pemilik usaha penyedia jasa khususnya EO. *Opportunity* yang ada dilengkapi dan dimanfaatkan dengan *strength* dan *resources* yang dimiliki adalah langkah awal untuk sukses di usia bisnis yang masih tergolong cukup muda.

Groovy EO yang berdiri pada tahun 2009 menjadi bukti dari aplikasi diatas dan terus berkembang dan menambah kapasitas badan penyedia jasa yang mayoritas bergerak di bidang ulang tahun dan juga event umum lainnya seperti nonton bareng, peluncuran produk dan sebagainya. Usaha yang baik dimata konsumen tidak membutuhkan waktu lama untuk mendapat pesaingnya, dan hal ini juga terbukti dari EO lain yang bermunculan semenjak tahun 2010 hingga sekarang 2013. Didukung banyaknya permintaan dari para pengguna jasa EO, terhitung semenjak tahun 2009 hingga pertengahan tahun 2013 ini mencapai angka 500 *client* dari *database* Groovy EO, membuat peneliti berpikir sampai tahap manakah EO bisa dipercaya dan juga stabil dalam penjualan jasa di dalam lingkup pasarnya terdahulu.

Dari sekian banyak EO di ibukota ini, sudah pasti terdapat ribuan *client* yang tersebar di berbagai sudut kota, dengan berbagai keperluan dan kebutuhan. Semakin hari semakin terlihat bahwa banyak Event Organizer yang berdiri dan bersaing dalam

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



rangka berusaha mencapai keunggulan daripada pesaingnya, baik dari segi omzet, jumlah client, ataupun hanya sekedar gengsi. Melihat persaingan yang semakin ketat ini, peneliti berusaha mencari cara untuk mengetahui apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Untuk mengetahui apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen, perusahaan dapat melakukan strategi pemasaran dengan cara memperhatikan perilaku konsumen ketika memutuskan untuk melakukan “pembelian” terhadap suatu EO. Dari memperhatikan perilaku konsumen tersebut, perusahaan dapat mengetahui mengapa konsumen memilih EO tersebut, sehingga perusahaan dapat menganalisis keunggulan dan kelemahan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan jasa yang ditawarkan oleh pesaing.

Setelah perusahaan mengetahui apa yang menjadi keunggulan dan kelemahannya, maka perusahaan dapat mengetahui apa yang dapat ditawarkan kepada konsumennya. Kebanyakan konsumen membutuhkan EO yang sesuai dengan kebutuhannya. Bila suatu EO memiliki nilai yang dirasakan oleh konsumen dari layanannya sesuai dengan apa yang ia butuhkan, maka hal tersebut akan mempengaruhi niat seorang konsumen untuk melakukan pembelian dan bersedia membayar harga untuk itu.

Konten dari jasa yang disediakan tiap EO sekilas memanglah sejenis tetapi pasti memiliki suatu keunikan atau keunggulan tersendiri dibandingkan dengan pesaingnya. Kebutuhan dan keinginan konsumen selalu berubah seiring berjalannya waktu dan pada umumnya manusia selalu tertarik dengan hal-hal yang baru sehingga seluruh perusahaan di dunia berupaya keras untuk terus mengembangkan produk dan jasa yang unik dan melakukan inovasi baru atas produk/ jasa yang sudah ada untuk membedakan diri dan bersaing dengan para *competitor*-nya agar dapat bertahan di pasar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dan menurut survey yang telah dilakukan oleh perusahaan menunjukkan bahwa kurangan dari *Groovy EO* sendiri adalah kurangnya inovasi dalam acara apabila mendapat kesempatan mengorganisir suatu acara dari pihak yang pernah memakai jasa *Groovy EO* sebelumnya (lebih dari satu kali). Ini berarti bahwa peran Inovasi berpengaruh pada keputusan pembelian. Inovasi yang dimaksud tentunya dalam berbagai aspek, bukan hanya dari segi acara tetapi dari segi non acara juga. Yang dimaksud dari segi non acara ini sendiri ialah segala hal yang berkaitan dengan acara yang di *organize* perusahaan, seperti dekorasi, hadiah-hadiah, undangan, *photo booth*, hasil foto, dll.

Maka dari itu peneliti memutuskan untuk meneliti apakah Inovasi dan Citra Merek *Groovy EO* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan pada gap riset dan fenomena yang disajikan di atas, masalah yang dihadapi adalah “Bagaimana Pengaruh Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Groovy Event Organizer*?”

C. RUMUSAN MASALAH PENELITIAN

Menghadapi masalah seperti yang disajikan di atas, masalah yang diajukan adalah bagaimana mengembangkan sebuah model teoritikal untuk mengatasi kontroversi hasil penelitian mengenai pengaruh Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *Groovy Event Organizer*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI BIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



D. RUMUSAN PERTANYAAN PENELITIAN

Terhadap masalah penelitian tersebut di atas, maka disampaikan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Inovasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?
2. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian?

E. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian dengan judul pengaruh Inovasi, Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian bertujuan untuk:

1. Mengetahui pengaruh Inovasi terhadap Keputusan Pembelian
2. Mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian

F. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian dengan judul pengaruh *Inovasi, Citra Merek* terhadap *Keputusan Pembelian* diharapkan dapat digunakan oleh berbagai pihak, antara lain :

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan pembaca setelah membaca keseluruhan isi penelitian.

2. Bagi Pihak Lain

Diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pihak yang terkait atau perusahaan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh inovasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada *Groovy Event Organizer*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Bagi Akademik

Ⓒ Mendukung berkembangnya dunia pengetahuan di era persaingan bisnis modern saat ini terutama inovasi, citra merek, dan keputusan pembelian. Serta untuk menambah wawasan pembaca atau referensi bagi para peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan hasil penelitian ini di waktu yang akan datang.

4. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan untuk memperluas wawasan berpikir penulis, menambah pengetahuan, dan mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama kuliah, khususnya mengenai inovasi, citra merek, dan keputusan pembelian sebagai tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.