

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi dapat mempermudah kegiatan pemasaran dan komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam pemasaran. Dengan komunikasi juga konsumen dapat dengan mudah mengetahui potensial atas keberadaan suatu keberadaan sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen., dan komunikasi dapat juga dijadikan sebagai pengingat bagi konsumen mengenai keberadaan produk. Komunikasi pemasaran adalah salah satu kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan maupun produk agar bersedia menerima, membeli, dan setia kepada produk yang ditawarkan produsen. (Rumyeni dan Evawani, 2015 : 21) .

Perusahaan-perusahaan menggunakan alat promosi penjualan untuk memperoleh tanggapan pembeli yang lebih kuat dan lebih cepat. Untuk memahaminya para pemasar harus mengetahui kegunaan, persepsi, preferensi, dan perilaku belanja pelanggan sasaran mereka. Promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan segera atau meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Promosi penjualan sebagai salah satu variable bauran pemasaran mempunyai peranan penting dalam menyampaikan informasi mengenai produk perusahaan kepada konsumen. Seluruh alat-alat promosi penjualan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Promosi penjualan merupakan suatu rangsangan yang dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian lebih banyak lagi. (Hermawan 2012: 128)

Keinginan membeli secara umum didasarkan pada upaya memcocokkan motif pembelian dengan atribut atau karakteristik merek yang tengah dipertimbangkan dengan melibatkan beberapa aspek seperti motivasi, persepsi, sikap, dan integrasi. Keputusan pembelian (purchase decision) adalah tahap lanjut setelah konsumen mempunyai keinginan atau niat untuk membeli. Namun keputusan pembelian tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya. Sering kali, terdapat penundaan antara keputusan membeli dengan pembelian yang sebenarnya. Proses pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan.

Promosi penjualan yang baik tentunya akan dapat meningkatkan kepercayaan merk terhadap suatu merk (Brand Trust) dan kepercayaan merk yang telah tertanam baik dibenak

konsumen tentunya akan mengarahkan konsumen tersebut untuk melakukan keputusan pembelian barang atau jasa dengan merk tersebut. dengan demikian pihak manajemen sebuah perusahaan harus dapat memaksimalkan kinerja promosi penjualan seefektif mungkin karena pada hakikatnya produksi penjualan yang berlangsung baik akan membawa dampak positif pada kepercayaan merk dan keputusan pembelian.

Jims Store adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian di Cimol Gedebage. Perusahaan ini pada dasarnya menjual produk yang memang menjadi kebutuhan dasar para konsumennya yaitu pakaian. Namun demikian setelah pandemi Covid 19 melanda di awal tahun 2020 kinerja penjualan perusahaan mengalami penurunan yang signifikan oleh karna itu perlu dirumuskan kebijakan strategi promosi penjualan yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan pada akhirnya melahirkan keputusan dan pembelian.