

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, dimana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat di artikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kegiatannya dengan pasar. Dalam era kegiatannya persaingan usaha dan semakin kompetitif sekarang ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan misi dalam persaingan pasar akan memberikan perhatian penuh pada strategi pemasaran yang dijalkannya. Produk-produk yang dipasarkan dibuat melalui suatu proses yang berkualitas akan memiliki sejumlah keistimewaan yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen atas pengaruh produk tersebut. Dengan demikian pelanggan mau dan rela untuk kembali menikmati apa yang ditawarkan oleh perusahaan dan menjadi pelanggan setia bagi perusahaan. Sedangkan untuk dapat mendistribusikan kualitas di bidang jasa merupakan hal yang tidak mudah. Oleh karena itu dalam proses pendistribuian barang atau jasa kepada konsumen harus ada perhatian penuh dari manajemen pemasaran paling atas hingga karyawan paling bawah (Lubis,2004).

Promosi merupakan salah satu faktor penentu dalam keberhasilan suatu program pemasaran, karena promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Promosi adalah salah satu faktor yang di perlukan bagi keberhasilan bagi suatu perusahaan atau organisasi, maka promosi merupakan salah satu senjata ampuh bagi perusahaan dalam mengembangkan dan mempertahankan usaha. Agar promosi yang dilakukan tepat guna maka perlu adanya penetapan pasar yang akan dikuasai karna banyaknya pelanggan, sangat berpencair dan terbesar serta bervariasi dalam tuntutan kebutuhan dan keinginan (Lubis,2004).

Harga menurut (Swasta,2003;251) adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Harga adalah sejumlah pengorbanan (Jumlah uang) yang dilakukan oleh seseorang (ditambah beberapa jika mungkin) untuk mendapatkan kombinasi barang atau jasa atau bila tukar barang dan berbagai macam layanan dan manfaat lain yang bersangkutan dengan barang atau jasa tersebut (Swasta dan irawan, 2000;221).

Kualitas layanan dapat diartikan pelayanan adalah suatu upaya yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen untuk mencapai kepuasan (Rangkuti,2002;202). Sedangkan yang dimaksud pelayanan menurut Tjiptono (2000;58-59), adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan keamanan. Kepuasan konsumen dapat dicari apabila konsumen merasa semua kebutuhannya terpenuhi dan mendapatkan pelayanan yang dirasa konsumen cukup baik.

Menurut (Kotler:2002), kepuasan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

Berdasarkan definisi di atas disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Harga dan promosi harus tepat dilakukan agar dapat meningkatkan keputusan, dan kualitas pelayanan merupakan hal perlu di perhatikan dengan baik oleh perusahaan. karna harga, promosi dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk. Menurut Kotler(2008;212) keputusan pembelian dapat diartikan sebagai :Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penelitian

alternatif, membuat keputusan membeli, dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen.

Butik merupakan toko pakaian eksklusif yang menjual pakaian modern berikut segala kelengkapannya yang sesuai dengan mode mutakhir. Beberapa nama butik populer yang ada di Jember seperti Rien Collection, Syafia Plaza, ZOYA, Xoxo. Dari nama-nama butik populer tersebut yang notabene sudah berdiri lama di Jember jelas sudah mempunyai pelanggannya sendiri-sendiri. Berikut juga Butik BB Fashion yang terletak di Jl. MT. Hariyono no. 36, Jember. Butik ini sudah hamper 8 tahun berdiri, dihitung pada tahun 2010 oleh Kusniariati.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Jika melihat pangsapasar yang cukup menguntungkan dan kondisi demografi yang sangat mendukung berkembangnya bisnis butik, tidak heran telah terjadi peningkatan persaingan dalam bisnis butik di wilayah kabupaten Jember, Karena gaya hidup masyarakatnya yang mulai menganut budaya *fashionable*, sehingga menyebabkan munculnya peluang bisnis butik di wilayah ini. Berikut adalah daftar butik yang menjadi pesaing Butik BB Fashion Jember.

Table 1.1
Daftar Pesaing Butik BB Fashion Jember
Berdasarkan Jenis Butik Pakaian di Jember

Nama Butik	Alamat
Rien Collection	Jl. Raya Sultan Agung 172-176, Jember Kidul, Kaliwates, Jember
Syafia Plaza Jember	Tegal BotoLor, Sumbersari, Jember Regency, Jember.
ZOYA	Jl. Diponegoro no. 15 Jember
XOXO	Jl. Trunojoyo no. 9, Kepatihan, Kaliwates, Jember.

Sumber: Observasi Pendahuluan Oleh Peneliti.

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat jelas bahwa tingkat persaingan bisnis pakaian di wilayah Jember cukup tinggi. Untuk mempertahankan agar pasar butik BB Fashion Jember tetap stabil dan terus meningkat, pihak pengelola arus menerapkan strategi yang tetap dalam menjalankan bisnis ini. Pengelola arus mulai berpikir seperti konsumen, agar dapat mengetahui kebutuhan konsumen, sehingga konsumen akan terpusatkan oleh produknya. Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut (Mowen dan Minur, 2002). Demikian pula dengan butik BB Fashion yang berorientasi pada upaya untuk mengarahkan konsumen untuk lebih puas terhadap butik. Secara sederhana kualitas pelayanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterimanya. Menurut Pujawa, (2010:97).

BB Fashion dalam proses usahanya harus mampu menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Meskipun prosedur produksi dan pemasaran telah dilakukan dengan baik, pada kenyataannya volume penjualan dan jumlah konsumen di BB Fashion Jember mengalami fluktuasi pada dua tahun terakhir. Berikut adalah tabel data penjualan BB Fashion Jember.

Tabel 1.2
Target dan realisasi penjualan BB Fashion Jember
Periode Januari-Juni 2016

Bulan	Penjualan		Pencapaian Target (Dalam %)
	Target (Dalam Pcs)	Realiasasi (Dalam Pcs)	
Januari	1.000	1.221	122%
Februari	1.000	1.256	125,6%
Maret	1.000	975	97,5%
April	1.000	720	72%
Mei	1.000	664	66,4%
Juni	1.000	853	85,3%
Jumlah	6.000	5.689	94,8%
Rata-rata	1.000	948	94,8%

Sumber: Laporan penjualan Butik BB Fashion Jember bulan januari-juni 2016

Berdasarkan data pada tabel 1.2, dapat dilihat bahwa rata-rata pencapaian target penjualan di butik sebesar 94,8% namun jika dilihat dari tingkat penjualan setiap bulannya, cenderung mengalami penurunan. Penjualan tertinggi terjadi pada bulan Januari dan Februari yang masing-masing sebesar 1.256 pcs dan 1.221 pcs dengan rata-rata penjualan 125,6% dan 122,1%. Namun, penurunan penjualan dari target penjualan yang sudah ditentukan bias dilihat pada bulan Maret sampai Juni. Penjualan tidak dapat mencapai target yang sudah ditentukan, mulai dari maret hanya sedikit jauh dari target yaitu 97,5% atau setara 975 pcs. Bulan Mei menjadi bulan yang paling jauh dari target penjualan, hanya mencapai 664 pcs atau dalam persentase 66,4%.

Hal inilah yang menjadikan peneliti tertarik untuk mengetahui, apakah dengan adanya strategi pemasaran yang dilakukan akan meningkatkan juga volume penjualan perusahaan. Apakah dengan menggunakan uji dan teknik analisa yang

berbeda-beda menghasilkan kesimpulan yang sama atau sebaliknya. Oleh sebab itu judul penelitian ini adalah “*Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*”. (Studi kasus produk Butik BB Fashion Jember).

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah merupakan langkah yang sangat penting karena langkah ini menentukan kemana suatu penelitian diarahkan perumusan masalah pada hakekatnya merupakan perumusan pernyataan yang jawabannya akan di cari melalui penelitian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan peroduk Butik **BB** Fashion Jember ?
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggandalam menggunakan peroduk Butik **BB** Fashion Jember ?
- c. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan peroduk Butik **BB** Fashion jember?
- d. Promosi,Harga,Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan peroduk Butik **BB** fashion Jember.

1.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan peroduk Butik BB Fashion Jember
- b. Untuk mengetahui harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan peroduk Butik BB Fashion Jember
- c. Untuk mengetahui kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan produk Butik BB Fashion Jember
- d. Untuk mengetahui promosi,harga,kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan produk Butik BB Fashion Jember.

1,4 Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan peneliti, maka penelitian diharapkan dapat memberi manfaat secara langsung maupun tidak langsung terhadap :

a. Bagi peneliti

Sebagai bahan masukan bagi para peneliti yang akan mengadakan penelitian lebih mendalam tentang kepuasan kerja disiplin kerja. Penelitian ini juga untuk memperluas informasi serta menambah wawasan dan sebagai dasar perbandingan teori yang diperoleh dalam perkuliahan

b. Berbagai perusahaan

Dengan hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan Butik BB fashion untuk mengadakan evaluasi dalam mengambil keputusan, demi perkembangan dan kemajuan perusahaan.

c. Bagi akademisi

Sebagai sambungan pustaka yang dapat menjadi referensi bagi pembaca tentang pengaruh kepuasan kerja dan disiplin kerja terhadap komitmen organisasional, sehingga dapat acuan untuk penelitian selanjutnya.

