

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat membuat para pengusaha mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat pembelian ini menciptakan suatu motivasi dan keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya menyebabkan seorang pembeli harus mengaktualisasikan kebutuhan yang ada di benaknya .

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang. Salah satunya adalah bidang pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dan kondisi ketidak pastian memaksa perusahaan mencapai keunggulan bersaing agar mampu memenangkan persaingan. Untuk mencapai hal itu, para pemasar harus menerapkan konsep pemasaran modern yang berorientasi pasar karena mereka merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.

Persaingan bisnis menuntut perusahaan harus mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan di lingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan pembeli yang loyal.

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini. Di samping itu, banyaknya usaha bermunculan baik perusahaan kecil maupun besar berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis. Hal ini menyebabkan 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 pemasaran, 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.

Salah satu yang dianggap cukup ramai dalam persaingan yang semakin ketat ini adalah bisnis di bidang pakaian. Padatnya aktivitas di zaman modern dewasa ini menyebabkan kebanyakan orang tidak mempunyai banyak waktu luang untuk berbelanja secara langsung mendatangi store atau offline, sehingga membutuhkan yang namanya berbelanja secara online melalui berbagai macam media social seperti instagram, facebook, group watshap, dll. Bisnis ini cukup menjanjikan jika bisa mengikuti zaman yang sudah cukup modern seperti sekarang ini yang semakin maju.

Di Kota Jember sendiri banyak perusahaan yang mengembangkan bisnis butik ini dan semua bersaing demi merebut kepercayaan dari konsumen bahwa produk yang mereka tawarkan adalah yang terbaik. Salah satunya yaitu Dealove Fair Price Boutique adapun keistimewaan butik ini adalah harga yang ditawarkan sangat terjangkau dan kualitas produk sangat bagus, desain yang menarik dan mempunyai model baju yang modern juga tidak kalah dengan butik lain yang ada di jember. Produk dari Dealove Fair Price Boutique ada berbagai macam yaitu baju kaos panjang dewasa, baju syar'i, clana kulot, kerudung, dan baju anak – anak.

Besarnya kesempatan dan peluang yang menjanjikan dari pangsa pasar yang ada, maka owner harus bisa mengembangkan produknya dan mempertahankan kualitas produknya guna memenangkan persaingan dalam merebut minat konsumen serta menambah keistimewaan lainnya agar konsumen tetap menjadi pelanggan setia dari Dealove Fair Price Boutique.

Dealove Fair Price Boutique yang beralamat di Jl. Sultan Agung, Kepatihan, Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68131 mempunyai peluang dan ancaman seperti butik pada umumnya. Konsumen akan membandingkan dari segi harganya, dan kualitas yang ada di Dealove Fair Price Boutique dengan butik lain

disekitarnya. Harga yang ditawarkan sangatlah terjangkau bagi kalangan mahasiswa dan Dealove Fair Price Boutique selalu memberikan potongan harga bagi yang memiliki member dari butik tersebut. Untuk mendapatkan member tidaklah Cuma-Cuma melainkan mendaftarkan diri dengan biaya hanya 5.000,00 konsumen sudah bisa menjadi member dari Dealove Fair Price Boutique. Dari segi kualitasnya produk Dealove Fair Price Boutique ini sangat memuaskan mulai dari bahannya dan jahitannya yang rapi meskipun harganya cukup murah tapi kualitasnya tidak kalah dengan Syafiah dan butik- butik lainnya.

Dalam perkembangan selanjutnya, maka konsumen menjadi faktor penting dalam keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan barang dan jasa, sehingga perusahaan harus mampu apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen. Bahkan, Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah Potongan Harga, Kualitas Produk, Lokasi Penjualan.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah Potongan harga. Potongan harga merupakan salah satu strategi bisnis yang diterapkan oleh para pelaku bisnis. Strategi potongan harga diberlakukan dengan tujuan utama perputaran uang perusahaan tetap terjaga. Perputaran uang yang dinamis, perusahaan dapat membiayai biaya operasional dan biaya tenaga kerja.

Transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjual belikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai Diskon. Diskon merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi pembelian.

Simamora (2010:154) mengemukakan bahwa “potongan harga adalah potongan tunai yang ditawarkan kepada para pelanggan yang membeli barang-barang dagangan secara kredit.” Menurut Ismaya (2005:252): “potongan harga adalah potongan terhadap harga penjualan yang telah disetujui apabila

pembayaran dilakukan dalam jangka waktu yang lebih cepat dari jangka waktu kredit, potongan harga adalah potongan tunai dipandang dari sudut penjual.”

Setelah mempertimbangkan potongan harga, konsumen juga mempertimbangkan kualitas produk (pakaian) yang akan mereka beli. Konsumen mengharapkan adanya kesesuaian antara potongan harga dengan kualitas produk yang mereka terima. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler, 1997:43). Menurut Lupiyoadi (2001: 144) konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari sudut pandang yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang saling berhubungan satu sama lain, yaitu: (1) persepsi konsumen, (2) produk atau jasa, (3) proses. Jika konsumen merasa cocok dengan suatu produk dan produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, maka konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut terus menerus (Nabhan dan Kresnaini, 2005: 429). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketika konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian, variabel kualitas produk merupakan pertimbangan paling utama, karena kualitas produk adalah tujuan utama bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Sebelum seseorang/ sekelompok orang memutuskan untuk membeli makanan di suatu toko, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tersebut. Lokasi Menurut Kasmir (2006:129) “merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajukan barang-barang dagangannya”. Konsumen dapat melihat langsung barang yang dijual baik jenis dan jumlah maupun harganya. Dengan demikian konsumen dapat lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.

Berikut adalah tabel jenis pakaian yang dijual di Dealove Far Price Boutique dan jumlah penjualan pada tahun 2017.

Tabel 1.1

Jenis Pakaian Yang Dijual Di Dealove Fair Price Boutique

No	Jenis barang
1.	Baju Syar'i
2.	Baju Lengan Panjang
3.	Kerudung
4.	Baju Anak-Anak
5.	Rok
6.	Celana Kulot

Sumber : Dealove Fair Price Boutique

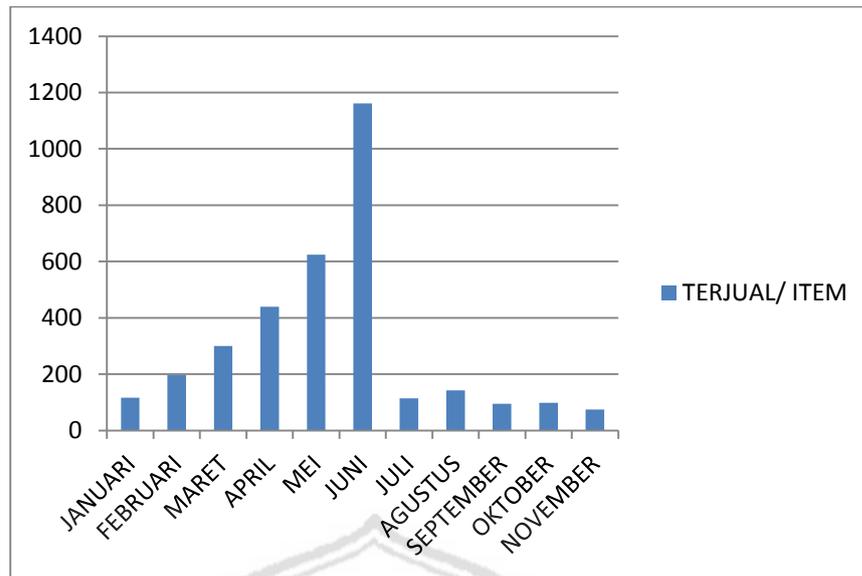
Dari tabel 1.1 tersebut diketahui bahwa Dealove Fair Price Boutique menjual berbagai macam koleksi fashion ter up to date seperti baju syar'i, baju lengan panjang, kerudung dari berbagai macam motif masa kini dan berbagai macam merk, baju anak-anak, rok, dan celana kulot yang lagi booming di dunia fashion masa kini.

Tabel 1.2

Data Penjualan Dealove Fair Price Boutique Tahun 2017

No	Bulan	Terjual/ Item
1	Januari	116 Item
2	Februari	197 Item
3	Maret	300 Item
4	April	440 Item
5	Mei	624 Item
6	Juni	1.161 Item
7	July	114 Item
8	Agustus	142 Item
9	September	95 Item
10	Oktober	98 Item
11	November	75 Item
12	Desember	99 Item

Sumber : Dealove Fair Price Boutique



Gambar 1.1 Grafik Penjualan

Sumber: Dealove Fair Price Boutique

Dari tabel 1.2 dan grafik batang 1.1 diatas diketahui bahwa Dealove Fair Price Boutique mengalami kenaikan sebesar 1.161 item pada bulan Juni, dimana konsumen sudah mulai mempersiapkan berbelanja baju di butik tersebut untuk dipakai pada Hari Raya Idul Fitri dan kebanyakan konsumen membeli lebih dari dua item karena pada bulan tersebut Dealove Fair Price Boutique memberikan discount 15% - 25% bagi yang sudah menjadi member. Adanya discount konsumen akan tertarik berbelanja lebih dari dua item karena konsumen merasa puas dengan kualitas produknya dan tidak sia – sia jika berbelanja lebih dari dua item. Pada bulan November terjadi penurunan hanya terjual 75 item. Faktor yang terjadi pada Dealove Fair Price Boutique disebut faktor musiman karena bisa dilihat dari data penjualan diatas bahwa yang paling banyak terjual pada bulan Juni. Solusi agar penjualan selalu meningkat setiap bulannya yaitu dengan membuat strategi pemasaran yang baru seperti meningkatkan strategi promosi melalui media sosial seperti instagram, facebook, whatsapp, atau juga bisa menggunakan pamflet untuk disebar pada waktu car free day memberitahu masyarakat bahwa Dealove Fair Price Boutique mempunyai Kualitas Produk yang

bagus, memberikan Potongan Harga kepada member Dealove dan mempunyai Lokasi Penjualan yang strategis.

Penelitian dilakukan di Jember karena sumber data yang diperoleh oleh peneliti menemukan adanya kenaikan dan penurunan dari jumlah penjualan berasal dari Dealove Fair Price Boutique sehingga memudahkan peneliti untuk melakukan penelitian.

Dari uraian di atas, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH POTONGAN HARGA, KUALITAS PRODUK, LOKASI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEALOVE FAIR PRICE BOUTIQUE (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember 2014)”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Potongan Harga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Dealove Fair Price Boutique?
2. Apakah Kualitas Produk dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Dealove Fair Price Boutique?
3. Apakah Lokasi Penjualan dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Dealove Fair Price Boutique?
4. Apakah Potongan Harga, Kualitas Produk, Lokasi Penjualan dapat mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Dealove Fair Price Boutique?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Dealove Fair Price Boutique.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Dealove Fair Price Boutique.
3. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Penjualan terhadap keputusan pembelian Dealove Fair Price Boutique .

4. Untuk mengetahui Potongan Harga, Kualitas Produk, Lokasi Penjualan dapat mempengaruhi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Dealove Fair Price Boutique.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis, Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan wawasan secara mendalam serta menambah pengetahuan tentang Potongan Harga, Kualitas Produk, Lokasi Penjualan dan Keputusan Pembelian dalam suatu perusahaan. Serta sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Bagi Perusahaan, Penelitian ini bermanfaat sebagai dasar pemikiran di dalam menjalankan kebijakan mencapai tujuan perusahaan sesuai dengan misi yang di buat perusahaan serta dapat di gunakan sebagai bahan pertimbangan dalam memilih karyawan.
3. Bagi Pihak Lain, Penelitian ini dapat berguna sebagai bahan perbandingan di dalam membahas permasalahan yang sama dengan perusahaan yang lain.