

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dari proses globalisasi yang baru dikenal menjadi semakin pesat telah mendorong semua yang berhubungan dengan ekonomi menjadi lebih maju dan dapat bersaing baik lokal ataupun internasional. Proses ini dipengaruhi oleh ekonomi, bisnis, ekonomi, lingkungan alam, dan sumber daya sosial budaya. Khususnya pada bidang pemasaran yang ada pada saat era ini, perkembangan teknologi informasi yang berkembang ini telah mendorong dunia pemasaran di sebuah perusahaan untuk dapat mempunyai kualitas produk, promosi yang mampu bersaing dengan kompetitor dan juga kepercayaan untuk menjalin hubungan dengan para pelanggan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas.

Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya.

Berpenampilan terbaik membantu meningkatkan rasa percaya diri. Tidak

bisa dipungkiri bahwa dengan memiliki personal style, kita dapat mengekspresikan diri kita, menunjukkan siapa kita, dan mengkomunikasikan siapa kita. Dengan berpenampilan terbaik anda akan memberikan first impression terhadap orang yang anda temui. Dengan mencoba untuk memperbaiki penampilan akan muncul motivasi baru dan rasa percaya diri yang luar biasa.

Memperhatikan penampilan akan membuat kita menjadi lebih baik ketika orang melihat kita menggunakan sepatu dan sepatu yang sesuai. Akan tetapi yang sering terjadi adalah sebagian orang tidak mengetahui bahwa pada saat ini trend fashion sudah berubah sehingga apa yang mereka kenakan tidak update lagi. Salah satu cara agar orang dapat memperbarui pengetahuan tentang fashion yang sedang terjadi pada saat ini yaitu dengan kegiatan promosi.

Usaha yang bergerak di bidang penjualan Sepatu harus pandai dalam memilih lokasi sebagai tempat perusahaan tersebut melakukan seluruh kegiatannya, karena dengan lokasi yang strategis dan nyaman akan lebih menguntungkan perusahaan. Memilih lokasi yang terletak dikeramaian atau mudah dijangkau oleh calon konsumen dapat dijadikan sebagai salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha.

Sesorang maupun sekelompok orang cenderung memilih toko yang berlokasi dekat dengan aktivitasnya. Komponen yang menyangkut lokasi meliputi: pemilihan lokasi yang strategis (mudah dijangkau), di daerah sekitar pusat perbelanjaan, dekat pemukiman penduduk, aman dan nyaman bagi pelanggan, adanya fasilitas yang mendukung, seperti adanya lahan parkir, serta faktor-faktor yang lainnya. Lokasi yang baik menjamin tersedianya akses yang

cepat, dapat menarik sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola pembelian konsumen.

Mood dan respon pelanggan dipengaruhi secara signifikan oleh lokasi, desain dan tata letak fasilitas jasa. Maka mood dan respon inilah yang nantinya bisa memunculkan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen. Ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan dengan harapan sebelumnya.

Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik perhatian konsumen karena menawarkan keistimewaan-keistimewaan produknya. Promosi merupakan kegiatan yang ditujukan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut.

Selain promosi, desain produk juga menjadi faktor penting bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Sangat banyak desain sepatu yang ditawarkan oleh penjual kepada konsumen, tetapi tidak semua desain sesuai dengan keinginan konsumen. Setiap konsumen memiliki selera berbeda dalam memilih desain produk sepatu yang ingin dibelinya.

Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Namun karena dituntut dengan kebutuhan fashion yang terus mengalami perubahan membuat sebagian orang hanya memikirkan tentang model (bentuk), tetapi banyak yang melupakan sisi kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global. Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan / tersirat. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Sangat banyak produk fashion pria pada saat ini, salah satunya yaitu sepatu. Hal ini dikarenakan bukan hanya wanita saja yang memakai sepatu yang modis, tetapi pria juga sudah sangat memperhatikan penampilan sepatunya. Mulai dari yang dipromosikan melalui televisi, media sosial, hingga yang berjualan di pinggir jalan sekitar rumah.

Namun banyak dari pelaku fashion pria saat ini yang melupakan kualitas dari produk yang digunakannya, terbukti sangat menjamurnya toko sepatu yang menjual produk sepatunya dengan kualitas yang dapat dikatakan buruk. Terbukti dari daya tahan penggunaannya yang hanya dapat bertahan selama 3 bulan saja ketika digunakan. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang

mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Tetapi yang terjadi di lapangan, justru sebaliknya. Toko sepatu yang menjual produk yang dapat dikatakan kurang baik dan produk tersebut tidak berasal dari negara asalnya, malah lebih ramai dikunjungi oleh konsumen daripada toko sepatu yang menjual produk yang bagus. Padahal toko sepatu yang menjual produk yang dapat dikatakan buruk tidak melakukan promosi, tetapi tetap saja lebih ramai dikunjungi. Dalam hal desain produk, dari pra penelitian yang peneliti lakukan di toko sepatu Mail Panipahan, peneliti melihat bahwa desain sepatu kurang menarik.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah pembelian.

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan serta menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penerapan kegiatan. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka.

Berdasarkan Uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Promosi, Desain Produk, Lokasi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan ”.

## **B. Batasan dan Rumusan Masalah**

### 1. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlalu meluas, peneliti membuat batasan-batasan. Penelitian ini hanya mengenai promosi, desain produk dan kualitas produk yang mempengaruhi keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan.

### 2. Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan pada identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a) Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko sepatu Mail Panipahan?
- b) Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan?
- c) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Sepatu Mail Panipahan
- d) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko sepatu Mail Panipahan?
- e) Apakah promosi, desain produk, lokasi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi, desain produk, lokasi dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian di toko sepatu Mail Panipahan.

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi pengusaha, sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kegiatan promosi dan kualitas produk yang ingin dijual kepada konsumen. Sehingga konsumen akan membuat keputusan untuk membeli di Toko tersebut.
2. Bagi penulis, merupakan pengalaman, informasi dan wawasan baru yang berharga sekaligus sebagai sarana latihan dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.

3. Bagi kalangan akademis, sebagai referensi atau tambahan perbendaharaan pengetahuan dan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen