

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Globalisasi merupakan era dimana banyak hal mengalami perubahan yang sangat signifikan, mulai dari perubahan pola hidup hingga pola pikir manusia yang lebih berkembang kearah yang lebih maju. Kemajuan pada era globalisasi merupakan era digital dimana teknologi sangat berpengaruh terhadap aktifitas yang dilakukan oleh manusia, dampak positif nya adalah banyak hal yang menjadi lebih mudah dan lebih cepat untu dikerjakan.

Kemajuan teknologi ini dimanfaatkan oleh banyak orang untuk memperoleh suatu keuntungan, tidak terkecuali bagi para pelaku usaha. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan kemajuan tersebut untuk menjangkau pasar yang lebih besar yaitu dengan cara berdagang melalui online, perdagangan melalui online dinilai lebih praktis dan memiliki jangkauan pasar yang lebih besar. Perkembangan pola hidup pun mendorong masyarakat untuk bisa menggunakan alat komunikasi dan media sosial sehingga hal ini akan membawa keuntungan tersendiri bagi pelaku usaha.

Perkembangan berbagai aspek kehidupan menyebabkan banyak hal menjadi ikut berkembang, salah satunya adalah fashion. Fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat yang terus menerus mengalami perkembangan dan tidak sedikit masyarakat mengikuti perkembangan fashion tersebut terutama untuk pakaian. Hal ini menyebabkan keberadaan usaha dagang yang menjual berbagai jenis produk pakaian terus mengalami peningkatan dan menjadi usaha yang cukup diminati oleh para konsumen, terutama menuju hari-hari besar usaha

pakaian merupakan usaha yang paling banyak menjadi kunjungan oleh para konsumen.

Kemajuan dalam dunia fashion saat sekarang ini membuat manusia berlomba-lomba untuk memiliki penampilan yang menarik dan kekinian, tentu saja hal ini menjadi peluang bisnis yang besar bagi keberlangsungan dunia usaha fashion, sehingga banyak pelaku usaha yang berlomba-lomba menyediakan fashion kekinian agar dapat menarik minat konsumen didalam melakukan suatu pembelian.

Tingginya minat beli konsumen terhadap usaha pakaian mengakibatkan tingkat persaingan menjadi lebih tinggi, banyak usaha sejenis yang menjual jenis barang yang sama pula, tidak terkecuali di wilayah teluk panji. Terdapat banyak jenis usaha yang menjual produk pakaian di wilayah tersebut, hal ini tentu saja membuat para pelaku usaha harus memiliki strategi khusus didalam menarik minat beli konsumen. Untuk itu para pelaku usaha harus memahami dengan baik faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan minat beli para konsumen agar tidak menurun, salah satu usaha di teluk panji yang memiliki tingkat minat beli yang tinggi adalah Azzam Boutique

Azzam Boutique merupakan salah satu usaha fashion yang terdapat di teluk panji, keberadaan Azzam Boutique menjadi salah satu tempat menjual berbagai jenis pakaian yang diminati oleh banyak konsumen namun para pelaku usaha lainnya juga senantiasa melakukan perubahan strategi didalam melakukan kemajuan usaha, upaya didalam meningkatkan kemajuan suatu usaha dapat

dilakukan dengan memperhatikan bagaimana minat beli seorang konsumen, minat beli menjadi salah satu hal yang penting untuk diperhatikan.

Minat beli seorang konsumen merupakan kunci dari seberapa besar penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha, minat beli merupakan keinginan konsumen atas keputusan yang diambilnya didalam melakukan pembelian. Minat beli konsumen yang tinggi akan meningkatkan penghasilan yang didapatkan oleh pelaku usaha, minat beli konsumen yang baik menunjukkan seberapa baik pula kualitas suatu usaha dimata konsumen dan menunjukkan bahwa persepsi yang dimunculkan konsumen adalah positif.

Fenomena yang di lihat pada saat observasi, peneliti menilai bahwa pada Azzam Boutique terdapat permasalahan mengenai minat beli konsumen, peneliti melihat bahwa banyak konsumen yang datang namun tidak seluruh konsumen melakukan pembelian, minat beli konsumen tidak seluruhnya tinggi dan tidak dengan taraf yang sama. Hal ini tentu saja menjadi suatu fenomena yang dapat menjadi penelitian mengapa minat beli konsumen yang datang pada Azzam Boutique tidak dengan tingkat minat beli yang sama, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa tingkat minat beli konsumen masih perlu melakukan peningkatan.

Peneliti melihat bahwa dalam permasalahan mengenai minat beli konsumen, Azzam Boutique dapat memperhatikan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai upaya peningkatan minat beli seorang konsumen. Mencari faktor pendorong yang dapat mempengaruhi minat beli seorang konsumen, peneliti menilai bahwa pada Azzam Boutique peningkatan minat beli konsumen

dapat dilakukan dengan memanfaatkan inovasi teknologi, melakukan peningkatan didalam pemasaran, dan memperhatikan bagaimana citra merek pada setiap produk yang ditawarkan.

Inovasi teknologi dapat dijadikan sebagai suatu sarana yang sangat efektif didalam memperkenalkan suatu usaha dengan skala yang lebih luas. Penggunaan inovasi teknologi dapat dengan cara pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran informasi mengenai produk usaha. Pada saat sekarang ini, konsumen sangat erat hubungannya dengan berbagai media sosial dalam kehidupan sehari-hari sehingga pemanfaatan media sosial sangat bermanfaat bagi pelaku usaha karena dapat menjangkau konsumen dengan lebih banyak dan lebih luas lagi, akan tetapi pada kenyataannya adalah Azzam Boutique masih belum mengoptimalkan dalam pemanfaatan inovasi teknologi sehingga konsumen yang dijangkau hanya konsumen yang berdomisili diwilayah sekitar.

Pemasaran juga merupakan upaya yang efektif didalam pengenalan suatu produk dan tempat usaha, pemasaran dapat dijadikan sebagai suatu sarana pengenalan produk. Teknik pemasaran yang tepat dapat dijadikan sebagai upaya peningkatan minat beli. Pemasaran seharusnya menggunakan suatu sarana yang memungkinkan konsumen dapat dijangkau dengan lebih efektif. Peneliti menilai bahwa, pemasaran yang dilakukan oleh pihak Azzam Boutique terkesan monoton dan tidak melakukan suatu inovasi didalam pemasaran yang membuat jangkauan konsumen yang lebih luas. Pemasaran yang dilakukan hanya pemasaran secara langsung.

Brand image merupakan citra merek suatu produk, konsumen biasanya melihat suatu brand image didalam memutuskan suatu minat beli. Konsumen biasanya cenderung melakukan pembelian terhadap suatu produk dengan brand yang sudah lebih dikenal, peneliti melihat bahwa brand image pada Azzam Boutique belum sepenuhnya sesuai dengan keinginan konsumn, masih terdapat konsumen yang memberikan penilaian bahwa produk yang dijual tidak sesuai dengan citra merek yang diharapkan

Dari penjelasan diatas konsumen ingin melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Inovasi Teknologi, Pemasaran Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Azzam Boutique Teluk Panji”

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Untuk menghindari pembahasan yang meluas dan agar lebih terarah maka penulis membatasi masalah dalam penulisan ini yaitu pembahasan mengenai Pengaruh Inovasi Teknologi, Pemasaran Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Azzam Boutique Teluk Panji.

### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji?

2. Apakah pemasaran berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji?
3. Apakah brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji?
4. Apakah inovasi teknologi, pemasaran dan brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji.
2. Untuk mengetahui apakah pemasaran berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji.
3. Untuk mengetahui apakah brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji
4. Untuk mengetahui apakah inovasi teknologi, pemasaran dan brand image berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Azzam Boutique Teluk Panji.

### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan ilmu pengetahuan bagi peneliti terutama terhadap sistem pembelian online yang

akan mempengaruhi kemajuan usaha tersebut.

2. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai variabel penelitian.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel independent dan dependent dalam penelitian ini.

4. Bagi Azzam Boutique Teluk Panji

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi memberikan sumbangan konseptual dalam rangka mengembangkan penelitian.