

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan jaman suatu negara sangatlah cepat dan berkembang yang berimbas pada bisnis di Indonesia saat ini dapat dikatakan mengalami peningkatan setiap tahun, salah satunya yaitu perkembangan dalam dunia Bisnis Retail. Bisnis retail merupakan kegiatan bisnis yang familiar bagi sebagian besar masyarakat. Di Indonesia sendiri perkembangan bisnis ini sendiri sudah lama terjadi dan tiap tahunnya mengalami peningkatan yang dibilang cukup pesat. Bisnis Retail sendiri adalah keseluruhan aktivitas dengan salah satu cara pemasaran produk meliputi semua aktivitas yang melibatkan penjualan barang secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi, keluarga ataupun untuk rumah tangganya dan bukan bisnis. Organisasi ataupun seseorang yang menjalankan bisnis ini disebut pula sebagai pengecer atau Retailer.

Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni ritel tradisional dan ritel modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel Tradisional merupakan ritel sederhana dengan tempat yang tidak terlalu luas dan barang yang dijual jenisnya terbatas. Berbeda dengan ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap. Format ritel ini muncul dan berkembang seiring perkembangan perekonomian, perubahan selera konsumen, teknologi, dan gaya hidup yang membuat masyarakat menuntut kenyamanan yang lebih dalam berbelanja

Perkembangan pasar modern di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir ini relatif sangat pesat khususnya industri ritel dalam beberapa tahun terakhir berkembang dengan sangat pesat. Setiap pelaku usaha yang memiliki modal cukup untuk mendirikan perusahaan ritel di Indonesia, maka dapat segera melakukannya. Akibatnya, pelaku usaha di industri ini terus bermunculan dan terus mengalami perkembangan yang sangat banyak di industri ini. Sehingga membuat persaingan di dunia bisnis khususnya toko ritel semakin banyak dan menuntut pelaku usaha lebih berkembang dalam mengatur strategi ekonomi untuk perusahaannya.

*Fashion* merupakan salah satu bidang yang mengalami perubahan yang besar dalam globalisasi. Di era globalisasi dunia fashion selalu berubah-ubah dari model yang satu ke model yang lain. Oleh karena itu, perkembangan fashion selalu menarik sehingga banyak orang yang selalu ingin mengikuti trend, khususnya kaum remaja. Informasi mengenai perkembangan fashion di era globalisasi akan dapat

membantu dalam pemanfaatan lebih lanjutnya. Dunia fashion di Indonesia bisa dikatakan berkembang pesat beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung dari berbagai sisi, baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor retail yang berkembang pesat.

Maka dari itu kita tidak kaget bahwa pakaian atau clothing sendiri merupakan hal pokok yang dibutuhkan masyarakat. Misalnya kita lagi berada dalam posisi, bekerja, belajar, rekreasi, di cafe pasti membutuhkan pakaian yang berbeda beda sesuai dengan kebutuhan yang ada. Minat masyarakat yang berkembang ini menimbulkan dampak positif bagi produsen toko fashion di Indonesia. Sekarang sudah banyak dijumpai toko fashion retail yang tersebar di seluruh penjuru kota.

Di Surabaya sendiri sudah banyak ditemukan toko seperti ini yang memiliki ciri khas masing-masing dari segi kualitas barang yang disediakan, harga yang bervariasi, hingga cara memasarkan barangnya. Anak muda memang tidak bisa dijauhkan dari kata *fashion*. Bagi mereka *fashion* adalah hal yang wajib diperhatikan dalam setiap penampilan mereka. Pilihan dalam mengembangkan fashion anak muda saat ini adalah dengan mulai menjamurnya toko baju modern atau biasa disebut distro di Indonesia. Hal ini karena distro merupakan pilihan fashion yang mampu memanjakan anak muda masa kini, mulai dari sepatu, celana jeans, kaos, jaket, hingga topi dan aksesoris lainnya. Toko baju modern atau yang dikenal dengan Distro sudah menjadi sebuah fenomena baru yang hadir khususnya di kota-kota besar di Indonesia. Keberadaan distro menjadi sebuah trend setter untuk menghadirkan gaya tatanan busana ala remaja dengan segala macam keunikan yang hadir mengiringinya.

Jenis yang mengalami perkembangan yang paling cepat adalah baju, karena baju memiliki pergantian model yang jauh lebih cepat, dan merupakan item yang paling banyak dibeli oleh masyarakat di bandingkan dengan produk lainnya. Peringkat selanjutnya diikuti oleh tas, dan sepatu. Setiap orang tentunya memiliki pilihan baju lebih banyak di bandingkan tas dan sepatu. Dengan demikian, pakaian juga menjadi salah satu hal yang dapat menggambarkan gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang, dimana kecenderungan gaya hidup yang dimiliki seseorang, dapat dilihat dari caranya berpakaian. Kaos yang menjadi produksi utama perusahaan clothing pun kemudian berkembang ke segala kebutuhan sekunder manusia yakni style mereka. Perusahaan clothing mulai memproduksi jaket, dompet, longpant, kaos polo, topi, tas, aksesoris seperti pin gelang juga ikut diproduksi.

Bisnis dalam bidang clothing atau distro memang akan selalu mengalami perkembangan. Bukan hanya desain produknya yang mengikuti perkembangan trend. Bahan dari kaos oleh sebuah distro diutamakan terbuat dari bahan yang berkualitas. Pemilihan kualitas ini memicu kenyamanan konsumen terhadap

clothing. Clothing akan semakin dikenal dengan ciri khas mereka mulai dari bahan maupun dari segi desain yang terbatas. Sehingga konsumen dapat tertarik pada produk yang ditawarkan.

Dalam hal ini perusahaan tersebut 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 di tuntut bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan mempertahankan konsumen yang loyal (pelanggan). Banyak pelaku bisnis yang memberikan berbagai pilihan kebutuhan konsumen untuk dibeli, tetapi hal itu hanya salah satu cara dari sekian banyak cara untuk merebut perhatian konsumen. Suatu bisnis harus mempunyai jenis atau ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan pesaingnya agar menjadi sesuatu yang dapat diunggulkan. Hal ini dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan berbelanja di tempat bisnis mereka.

Dominion Store Surabaya adalah satu pelaku retail perusahaan *clothing* yang menawarkan produk pakaian atau *fashion*. Toko yang beralamatkan di pucang adi 145 surabaya ini menawarkan beberapa produk unggulan seperti kaos, tas, jaket, kemeja, celana, kaos kaki dan berbagai aksesoris (kaos kaki, kacamata, gelang, pin). Berdiri sejak tahun 2011 di Surabaya. Didirikan oleh Bima sang pemilik perusahaan ini pada awalnya bergelut didalam dunia musik lalu munculah ide ingin mengandeng dunia fashion dalam bisnisnya setelah selama 9 tahun berjalan.

Untuk memenangkan persaingan pasar yang ketat dipasaran suatu perusahaan perlu menggunakan startegi merek. Salah satu yang biasanya dipertimbangkan oleh konsumen adalah *brand image* (citra merk). Citra merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis dan sama bentuknya. Permintaan akan sebuah produk barang yang semakin berkualitas membuat perusahaan berlomba - lomba meningkatkan kualitas produk dan mempertahankan citra merek produk yang mereka miliki. Walaupun bukan toko yang buka pertama di Surabaya tetapi mereka mampu bersaing dengan toko-toko lain.

Jika konsumen sudah mengetahui Dominion Store konsumen akan mengetahui yang menjadi pembeda dengan merek lain yaitu dengan tema musiknya dan banyaknya pilihan jenis-jenis pakaian yang dijualnya yang membuat konsumen tertarik melakukan keputusan pembelian di Dominion Store. Dominion Store selalu mempunyai cara guna menarik konsumen dengan memberikan model terbaru dan selalu update.

Selain citra merk harga juga sangat penting dalam mempengaruhi dalam minat beli terhadap produk tersebut. Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga

dari sudut pemasaran sangat berpengaruh terhadap minat daya konsumen. Banyak hal tentang harga yang mempengaruhi konsumen untuk memiliki produk tersebut. Antara lain konsumen ingin menikmati dan manfaat produk tersebut, karena melihat peluang memiliki barang yang diinginkan dengan harga yang dibawah pasaran sehingga dapat lebih ekonomis, karena ingin mendapatkan sesuatu atau hadiah setelah melakukan pembelian, dan karena konsumen mengetahui tentang produk tersebut dan dianggap loyal. Dominion Store sendiri bisa memberikan harga yang mampu bersaing dengan toko lain agar konsumen bisa membandingkan dengan toko lain.

Selain *Brand image* (citra merek) dan harga dalam dunia persaingan bisnis promosi juga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi penjualan ketika perusahaan membuat produk barunya harus melakukan promosi untuk memperkenalkan produk terbaru perusahaan tersebut kepada konsumen supaya konsumen tertarik dan mengenali produk baru tersebut Promosi bukan merupakan sarana tunggal melainkan terdiri dari bauran beberapa promosi, meliputi periklanan, penjualan personal, promosi penjualan, dan hubungan masyarakat. Kini perusahaan harus memikirkan bagaimana berkomunikasi yang menguntungkan dengan konsumen untuk mengenalkan produk mereka secara intensif agar konsumen tersebut tertarik dengan produk maupun jasa yang kita tawarkan kepada mereka semua. Dominion Store sendiri mempunyai cara sendiri untuk melakukan promosi memasarkan produknya mulai dari memperkenalkan satu produk barunya agar konsumen tau dan update. Promosi penjualan dan promosi harga melalui media media yang digunakannya.

Melihat keadaan dalam persaingan bisnis retail pada perusahaan clothing yang sangat ketat akhir-akhir ini banyak toko yang bangkrut dan gulung tikar akibat bermunculan e-commers aplikasi toko-toko online dan usaha-usaha seperti ini yang membuat pelaku bisnis harus memikirkan strategi untuk dapat bersaing di pasaran dan bertahan. Pendetang baru, pesaing baru dan toko ecommers yang akhir ini semakin banyak dapat berdampak pada toko jika pelaku usaha tersebut tidak melakukan sesuatu agar tidak menjadi ancaman yang bisa jadi berdampak buruk. Dengan demikian, perusahaan harus meningkatkan pemasaran barangnya dengan cara yang lebih efektif untuk menarik minat beli konsumen. Dominion Store Surabaya harus bisa membuat strategi pemasaran yang baik agar bisa bersaing secara dewasa dengan toko lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang diuraikan diatas maka peneliti memutuskan untuk membuat sebuah penelitian yang berjudul **PENGARUH PERSEPSI HARGA, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP**

## **KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI DOMINION STORE SURABAYA”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada diatas maka penulis ingin membahas beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah persepsi harga, *brand image* dan promosi secara bersama sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Dominion Store Surabaya ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Dominion Store Surabaya ?
3. Apakah *brand image* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Dominion Store Surabaya ?
1. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Dominion Store Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun yang menjadi tujuan dari diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, *brand image* dan promosi secara bersama sama (simultan) di Dominion Store Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya
3. Untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya
4. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen di Dominion Store Surabaya.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan diadakannya penelitian yang ada ini dapat bermanfaat bagi:

1. Diharapkan bagi pemilik usaha sekaligus pelaku ekonomi toko retail dapat sebagai informasi tentang faktor apa yang paling berpengaruh atau mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sehingga dapat mengetahui apa yang paling diinginkan oleh seseorang konsumen dan sebagai pertimbangan untuk menentukan langkah kedepannya.
2. Bagi peneliti berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan menambah pengalaman bagi penulis sendiri dalam bidang penelitian secara ilmiah, khususnya pada hal yang berkaitan dengan pengaruh persepsi harga, citra merek,

kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian di Dominion Store Surabaya

3. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yaitu bisa jadi sebuah refrensi untuk pengembangan selanjutnya dan sebagai bahan bacaan bagi dosen dan mahasiswa yang membuthkan.
4. Bagi masyarakat dan citivas akedemisi diharapkan dapat memberikan informasi baru mengenai pengaruh persepsi harga, *brand image* dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen.