

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan jaman pada era globalisasi yang semakin *modern* dan kemajuan teknologi yang sangat pesat ini berdampak pada dunia bisnis yang perkembangannya juga mengalami peningkatan dan persaingan usaha yang semakin kompetitif, sehingga melahirkan hubungan antara perusahaan dengan konsumen. Konsumen menjadi sasaran utama dalam dunia bisnis untuk memenangkan persaingan antar perusahaan. Untuk memenangkan persaingan pasar banyak strategi yang di gunakan oleh perusahaan, baik perusahaan Nasional maupun perusahaan Internasional dalam segi Segmentasi, *positioning*, *targeting*, promosi melalui media, penempatan merek, kualitas pelayanan dll tidak luput dari strategi mereka. Dinamika perekonomian bisnis ritel di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, sehingga akan memicu perkembangan gaya hidup (*lifestyle*) dan pola belanja masyarakat (konsumen) yang memiliki ekspektasi makin tinggi, meminta lebih banyak, menginginkan kualitas yang lebih baik dan konsisten.

Upaya dalam peningkatan profitabilitas suatu perusahaan dibutuhkan melalui suatu strategi pemasaran yang dapat menunjang eksistensi suatu perusahaan di tengah masyarakat. Salah satu strategi pemasaran yang baik dapat digunakan oleh suatu perusahaan adalah strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Perusahaan yang menerapkan konsep *marketing mix* perlu mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian

. Strategi bauran pemasaran yang terdiri dari harga, produk, lokasi, promosi, dan proses memainkan peran penting dalam memenuhi tujuan perusahaan. Salah satu peran bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah bahwa perusahaan dapat menemukan kebutuhan dan keinginan konsumen, target pasar dan memberikan kepuasan kepada konsumen.

Menurut Kotler (2002), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Menurut Setyadi (2010) perilaku pembeli mengandung makna yakni kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut. Menurut Selvie Nangoy, kualitas produk, lokasi dan gaya hidup distribusi mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Dari ungkapan tersebut dapat dipahami bahwa kualitas produk, harga, lokasi dan distribusi memiliki peranan penting dalam upaya peningkatan profitabilitas untuk mencapai tujuan perusahaan. Selain karena memudahkan perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan juga dapat mengetahui perilaku konsumen dan pengenalan pasar sasaran.

Menurut Purnama (2006:11). Kualitas produk merupakan kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Kualitas dari setiap produk yang dihasilkan merupakan salah satu unsur yang harus mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari perusahaan, kalau perusahaan ingin memenangkan suatu persaingan dalam usaha. Disamping itu lokasi juga menentukan keputusan pembelian.

Alasan bagi keputusan pemilihan lokasi menjadi lebih penting untuk di pertimbangkan. Mengingat, semakin banyak ritel membuka lokasi baru sedangkan lokasi yang paling baik, sangatlah sulit untuk didapatkan. Menurut (Ma'ruf (2006:115)) suatu gerai yang memiliki lokasi yang tepat cenderung akan lebih sukses dibanding gerai lainya yang berada pada lokasi yang kurang strategis, meskipun keduanya memiliki kesamaan atau serupa.

Gaya hidup juga memengaruhi keputusan pembelian. Gaya hidup menurut (Nugraha dalam Chusniasari (2015:02)) merupakan bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikir tentang diri mereka sendiri dan juga dunia yang ada disekitarnya. Sedangkan (Kotler (2009:192)) dalam Chusniasari (2015) mengungkapkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang mengekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Salah satu kunci sukses menerapkan konsep pemasaran adalah pemahaman atas kebutuhan, keinginan, dan perilaku para pelanggan. Untuk itu, perusahaan harus mampu dan bersedia mendengarkan "suara pelanggan" melalui analisis pasar. Tujuan utama menganalisis pasar adalah untuk menentukan kebutuhan pembeli yang ingin dipenuhi oleh perusahaan dan menetapkan cara merancang serta menetapkan tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut. Saat ini bisnis toko baju masih diminati oleh banyak orang, namun tak jarang banyak juga dari pelaku bisnis ini terpaksa menutup usahanya dikarenakan

sepinya pembeli. Salah satu penyebab toko bajusepi pembeliadalah kurangnya strategi dalam pemasaran toko baju mereka, walaupun darisekian banyak toko baju tersebut sudah menggunakan program toko baju. Agar toko baju bisa terlihat berbeda dengan toko yang lain, maka harus memiliki cirikhas.Halyangharusdilakukandenganmencarikeunikantoko,baikdarisisi barangyangdijualmaupunpelelayanyangditawarkan.

Jika toko tersebut memiliki ciri khas maka orang akan lebih mudah untuk mengingatnya. Ini juga berarti toko tersebut akan menjadi lebih cepat dikenal dan pembeli akan selalu bertambah dari hari kehari.

Bisnis pakaian merupakan salah satu bisnis dengan prospek yang menjanjikan.Pakaian merupakan kebutuhan primer bagi manusia. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi dan tidak dapat diganti dengan yang lain, karena jika suatu kebutuhan tidak terpenuhi, orang akan merasa kehilangan dan tidak bahagia. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer yang selalu mengikuti arus zaman.Dengan mengikuti trend masa kini menjadikan pakaian nampak tidak kaku, nyaman dipakai dan sedap dipandang mata.Selain itu, bagi sebagian orang pakaian dapat juga merupakan sebagai barang yang menunjukkan keberadaan atau tingkat sosial dan ekonomi orang tersebut.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengetahui lebih jauh lagi tentang strategi pemasaran toko baju serba 35.000 Desa Jujun. Semakin berkembangnya toko tersebut, maka barang yang dijual sekarang tidak lagi sama semua 35.000 ribu, tetapi harganya beragam sesuai dengan kualitasnya.

Pada umumnya segala sesuatu yang unik dan berbeda, tentu akan memberikan daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Sehingga mereka lebih mudah mengenali dan mengingat produk tersebut dibandingkan produk lainnya yang sudah umum di pasaran. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun”**.

1.2. Rumusan Masalah

Adapun Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun?
2. Apakah pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun?
3. Berapa pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun.
3. Untuk mengetahui berapa pengaruh kualitas produk, lokasi dan gaya hidup, secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara Teoritis Dapat memberikan masukan bagi masyarakat untuk dapat membeli barang yang berkualitas dengan harga yang terjangkau

2. Manfaat Praktis

Bagi Toko Cia Store Serba 35,000 Desa Jujun, informasi ini dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih produk *di toko serba 35,000*