

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha pada saat ini dituntut agar lebih inovatif serta kreatif. Gaya hidup serta kebutuhan manusia yang selalu modern merupakan kebiasaan yang terjadi saat ini dan akan terus berkembang. Dengan perekonomian Indonesia yang semakin bertumbuh ke arah yang baik, pendapatan masyarakat menjadi meningkatkan sehingga daya beli dan konsumsi masyarakat. Oleh karena itu banyak orang berlomba-lomba untuk mendirikan usaha dalam mencukupi kebutuhan masyarakat yang tak ada habisnya, salah satunya adalah usaha bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan suatu usaha yang menjual barang dagangannya dengan menargetkan pelanggan akhir baik langsung maupun tidak langsung (Aryani, 2018). Menurut Kotler (2014), ritel melingkupi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa langsung ke konsumen dan digunakan pribadi non bisnis mereka (konsumen akhir).

Pertumbuhan bisnis ritel modern memiliki prospek menjanjikan dan menunjukkan perkembangan yang sangat pesat saat ini sehingga akan memberikan kemajuan di masa mendatang bagi Indonesia. Fenomena semacam ini mencerminkan suatu kondisi yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin cerdas dalam memilih produk dan tempat pembelanjaan. Dengan banyaknya pesaing ritel di bidang fashion terutama butik, mengakibatkan pemilik toko melakukan diwajibkan agar berinovasi serta lebih kreatif untuk mendatangkan lebih banyak pelanggan untuk menjadi pelanggan tetap butik tersebut. Maka

sebelum melakukan inovasi pada toko, pemilik harus mengetahui bagian-bagian dari target pasar yang akan menjadi sasaran agar memunculkan minat pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Fashion sudah menjadi bagian dari gaya hidup hampir semua orang. Hal ini menjadi peluang bisnis yang menjanjikan bagi para pengusaha untuk membuat suatu usaha bisnis butik pakaian bagi pria maupun wanita. Model pakaian yang menjadi tren terbaru akan menjadi incaran para kaum adam maupun kaum hawa untuk menunjang penampilan mereka. Oleh karena itu pendirian butik pakaian merupakan bisnis yang menjanjikan selain bisnis makanan yang menjadi kebutuhan utama. Saat ini, banyak persaingan bisnis dalam bidang pakaian di Kota Sungai Penuh yang tersebar di berbagai sudut kota, sehingga pemilik butik harus memiliki strategi khusus untuk menarik keputusan pembelian konsumen salah satunya adalah Butik Aderabella Boutiqe yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso. Butik Aderabella Boutiqe menyediakan pakaian *branded* maupun lokal dari segala ukuran, warna, dan sebagainya yang berbeda dengan model pakaian yang sama sehingga pakaian yang dijual lebih eksklusif. Selain itu Butik Aderabella Boutiqe menyediakan berbagai macam pembayaran seperti cash dan kartu kredit yang lebih modern tanpa kontak langsung sehingga mendukung pengendalian pandemi covid-19.

Namun ada yang unik dan berbeda dengan butik lainnya, Butik Aderabella Boutiqe menyediakan pembayaran dengan mencicil tanpa kartu kredit, dengan syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan oleh butik. Dengan strategi bisnis yang telah ditetapkan dan banyaknya kompetitor di bidang bisnis pakaian di Kota

Sungai Penuh menjadikan inovasi baru akan memungkinkan untuk menarik keputusan pembelian konsumen. Toko Adorabella Boutique merupakan jenis usaha baru dimulai awal tahun 2022 dengan konsep butik modern *fashionable*. Toko Adorabella Boutique berada di jalan Yos Sudarso Kota Sungai Penuh. Toko pakaian Adorabella Boutique menjual berbagai macam model khusus pakaian remaja maupun ibu-ibu. Toko Adorabella Boutique menawarkan berbagai macam model pakaian terkini dan modern yang menggunakan produk barang bahan yang berkualitas, bermerek, dengan harga eksklusif, dengan berbagai pilihan *outfit* dan trendi dari berbagai brand tersedia di Adorabella Boutique. Dan di toko pakaian Adorabella Boutique tidak hanya menjual pakaian tetapi di toko Adorabella Boutique juga menjual berbagai macam barang produk yaitu jilbab, tas, dan sepatu. Kemunculan Adorabella Boutique di Kota Sungai Penuh mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena produk yang dijual memiliki citra merek yang terkenal, dengan harga eksklusif dari desainer atau brand ternama, serta memiliki fasilitas yang sangat baik untuk memanjakan konsumen.

Menurut Tjiptono (2015), menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap dimana konsumen membentuk pilihan diantara beberapa merek yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukainya atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan. Keputusan pembelian yang tinggi dapat

diukur dari tingginya jumlah konsumen beserta omset yang dihasilkan oleh Adorabella Boutiqe setiap bulannya. Berikut data jumlah kunjungan dan omzet yang dihasilkan oleh Adorabella Boutiqe Sungai Penuh pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Pengunjung Toko Pakaian Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh
Tahun 2022

No	Bulan	Jumlah Pengunjung	Omset
1	Maret	150	27.000.000
2	April	290	35.000.000
3	Mei	230	30.000.000
4	Juni	400	45.000.000
5	Juli	435	48.000.000
6	Agustus	245	24.000.000

Sumber : Toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh

Berdasarkan tabel 1.1 di atas toko Adorabella Boutique semenjak launching Januari telah keputusan pembelian konsumen terbilang bagus, terbukti dari tiap bulannya mengalami jumlah pengunjung dan omset yang bagus. Hal ini dilihat dari manajemen Toko Adorabella Boutiqe yang melayani konsumen dengan profesional. Toko Adorabella Boutiqe mempunyai peraturan untuk karyawan, karyawan yang bekerja harus berusaha menarik perhatian calon konsumen yang datang dengan cara menawarkan produk-produk yang berkualitas. Karyawan yang bekerja harus berpenampilan rapi, bersikap sopan agar konsumen berminat membeli produk tersebut dan kerapian pakaian yang terpajang harus juga tersusun dengan rapi atau baik.

Karyawan Adorabella Boutiqe harus selalu menggunakan sosial media untuk memberikan informasi yang jelas terhadap produk yang dijual sebagai citra merek, kemudian menampilkan harga setiap produknya di sosial media ataupun

pada brand pakaian yang dijual, serta menjaga kebersihan di dalam toko agar konsumen merasa nyaman.

Fenomena keputusan pembelian konsumen hanya melihat saja ketika datang ke toko dan tidak jadi melakukan transaksi pembelian karena informasi yang dideskripsi pada gambar produk di media sosial tidak sama dengan asli yang di toko. Selanjutnya, sering juga konsumen tidak merekomendasi untuk membeli produk di Adorabella Boutiqe karena lain beberapa hal. Selanjutnya konsumen juga gagal memutuskan keputusan pembelian karena adanya produk pesaing yang sama dengan produk yang dijual di Adorabella Boutiqe, dan jenis perilaku konsumen yang terlalu mengeksplorasi jenis produk yang dijual sehingga membutuhkan waktu yang lama memutuskan keputusan pembelian. Berdasarkan beberapa fenomena keputusan pembelian pada setiap indikatornya tersebut tentunya manajemen toko harus meningkatkan faktor yang dapat menarik keputusan pembelian diantaranya adalah citra merek produk, harga, dan fasilitas yang mendukung. Sebagaimana menurut Kotler dan Keller (2016) bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor citra merek, harga, dan fasilitas.

Menurut Kotler dan Keller (2016), citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila citra merek pada suatu produk yang bagus tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena citra merek merupakan salah asosiasi yang diingat oleh konsumen ketika ingin membeli suatu produk

ataupun pakaian ada suatu toko. Semakin bagus citra merek produk tentu akan meningkatkan keinginan untuk membeli sebuah produk. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Fristiana (2018), menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang.

Untuk mengidentifikasi produk dari seseorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing, hal tersebut dapat dilihat pada tabel citra merek pakaian yang dijual pada toko pakaian Adorabella Boutique Sungai Penuh sebagai berikut:

Tabel 1.2
Citra Merek Pakaian di Toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh Tahun 2022

No	Nama Produk	Merek/Brand merek	Harga
1	<i>Dress Victoria Dress</i>	Sanic Alexander	Rp 1.725.000
2	<i>Signature Monogram Cardigan</i>	Button Scarves	Rp 1.375.000
3	<i>Cassie Vest</i>	Ayudyah Andari	Rp 1.650.000
4	<i>Dress</i>	Lcb	Rp 465.000
5	<i>Dress</i>	Susan Huda	Rp 849.000
6	<i>Gloria Dress</i>	Sanic Alexander	Rp 1.725.000
7	<i>Callista abaya</i>	Kursien Karzai	Rp 1.899.000

Sumber : Toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh 2022

Fenomena citra merek produk yang dijual di toko pakaian Adorabella Boutique Sungai Penuh merupakan produk yang dibuat oleh desainer terkenal sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Namun, karena merek yang sudah terkenal terkadang-kadang konsumen menjadi kurang berminat untuk membeli, dengan alasan produk pasti banyak dipakai orang, sedangkan konsumen memiliki privasi atau tidak ingin mamakai produk yang sama dengan orang lain. Hal ini menjadi alasan banyak konsumen yang sebagiannya tidak mau memiliki

citra merek yang sama dengan orang lain, walaupun produk yang dipakai dari orang ternama tetapi sebagian orang merasakan kurang percaya diri untuk memakai produk yang sama dengan orang lain.

Menurut Setiadi (2015), bahwa harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga dalam suatu bisnis penjualan sangat mendukung dalam keputusan pembelian konsumen, karena dengan harga dapat menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk keputusan pembelian. Semakin tinggi harga produk yang dijual tentu akan mempengaruhi tingginya atau rendahnya keputusan pembelian konsumen. Karena setiap orang memiliki kemampuan membeli berbeda-beda. Konsumen kalangan atas tentu akan mampu membeli produk dengan harga yang tinggi, sedangkan konsumen kalangan rendah tidak mampu membeli produk dengan harga yang tinggi.

Harga juga menunjukkan nilai atau manfaat dari suatu produk pakaian yang dijual. Hal ini menjelaskan bahwa harga dapat mempengaruhi dari keputusan pembelian konsumen. Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk pakaian yang dijual oleh pemilik toko pakaian sebagai imbalan dari produk. Harga juga tidak semata-mata pada manfaat produk saja, tetapi ditambah dengan nilai pelayanan, fasilitas, dan juga popularitas suatu tempat juga menjadi nilai tambah terhadap harga produk yang dijual. Jadi, harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini didukung dari hasil penelitian Rohman dan Syardiansyah (2021), yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada 212 Mart

di Kota Langsa. Untuk mengidentifikasi harga produk pakaian pada toko Adorabella Boutique Sungai Penuh dapat disajikan pada tabel 1.3 sebagai berikut:

Tabel 1.3
Harga Pakaian di Toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh Tahun 2022

No	Nama Produk	Material	Merek/Brand merek	Harga
1	Victoria Dress	Dress-lake Brukat, Organza motif kemeja – Katun Premium	Sanic Alexander	Rp 1.725.000
2	Espina Dress	Dress-lake Brukat	Lubna Ibrahim	Rp 2.250.000
3	Cesia Abaya	Dress – Lace Brukat, Organza Motif koko	Sanic Alexander	Rp 1.695.000 Rp 650.00
4	Zayana Abaya	Abaya-Sifon Premium Motif Kemeja-Katun Premium	Sanic Alexander	Rp 1.575.000 Rp 750.000

Sumber : Toko Adorabellaboutique kota sungai penuh 2022

Berdasarkan tabel diatas harga pakaian di toko Adorabella Boutique menjual produk atau barang yang harganya cukup pantastis. Fenomena keterjangkauan harga pakaianpun tergantung pada produk yang dijual. Pakaian di toko Adorabella Boutique rata-ratapun mahal. Terkadang harga pakaian yang ditawarkan oleh perusahaan atau produsen sangat mahal membuat kurangnya keputusan pembelian pada konsumen karena ada konsumen yang ingin harga pakaian yang lebih murah dan terjangkau. Kemudian ada konsumen yang mau produk yang berkualitas tetapi harganya murah, tetapi konsumen tidak berminat membeli produk di toko dengan harga yang tinggi, sehingga banyak juga konsumen beralih membeli produk di toko pakaian lain atau pesaing yang harga produk nya lebih murah dibandingkan di toko Adorabella Boutique.

Menurut Tjiptono (2015), fasilitas termasuk hal yang sangat mendukung dalam kegiatan pariwisata. Karena fasilitas merupakan sarana untuk melancarkan dan memudahkan pelaksanaan fungsi dalam kegiatan atau usaha. Fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, karena dengan adanya fasilitas yang memadai dapat membuat konsumen merasa nyaman, betah, dan senang sehingga muncul perasaan ingin membeli produk pada toko yang memiliki fasilitas yang lengkap. Fasilitas merupakan komponen individual dari penawaran yang mudah ditumbuhkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan model jasa. Fasilitas juga adalah alat untuk membedakan program lembaga yang satu dengan pesaing yang lainnya. Jadi, fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pakaian. Sebagaimana didukung oleh hasil penelitian dari Broto dan Wenas (2016), menjelaskan bahwa fasilitas berpengaruh positif yang signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Konsumen Mobil Toyota Agya pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Bitung.

Kondisi fasilitas di toko Adorabella Boutique Sungai Penuh dapat disajikan sebagai berikut:

Tabel 1.4
Fasilitas yang ada ditoko Adorabellboutique kota sugai penuh

No	Fasilitas	Kondisi
1	AC	Sangat Baik
2	Kursi/Sopa	Sangat Baik
3	Termos Air panas dan dingin	Sangat Baik
4	Lahan parkir yang cukup luas	Sangat Baik
5	Properti hiasan yang menarik	Sangat Baik
6	Etalase display,perlengkapan memajang barang agar toko menjadi terlihat rapi.	Sangat Baik
7	Tulis nama dan alamat toko pada bagian depan toko pada media papan/Akrilik.	Sangat Baik

Sumber : Toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh 2022

Berdasarkan tabel diatas fasilitas yang ada ditoko Adorabella Boutique sangat banyak dan bermacam-macam fasilitas yang disediakan. Fasilitas yang diberikan sebagai sarana yang mendukung saat konsumen atau pelanggan mengunjungi toko tersebut agar pelanggan merasa nyaman saat di dalam toko. Penataan ruang yang bagus dan rapi, di lengkapi dengan fasilitas pendukung seperti toilet, tempat parkir, dan ruang tunggu yang nyaman, serta lainnya. Namun fenomena yang masih lemah pada fasilitas adalah terkadang karyawan lupa membersihkan lantai atau ruang sehingga masih ada kondisi kotor sedikit yang membuat konsumen kurang nyaman di toko. Namun, dari sebagian besar fasilitas pendukung yang ada di Toko Adorabella Boutiqe sudah bagus dan nyaman bagi pelanggan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul: **“Pengaruh Citra Merek, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan pembelian Pakaian Ditoko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka dapat rumusan penelitiannya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembeliandi toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial?

3. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh citra merek, harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara simultan dan berapa besar pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian pakaian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian di toko Adorabella Boutique Kota Sungai Penuh secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh peneliti sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - 1) Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen, khususnya konsep-konsep yang berkaitan

dengan pemasaran dan variabel-variabel citra merek, harga, fasilitas terhadap keputusan pembelian.

2) Sebagai bahan kajian penelitian selanjutnya, terutama penelitian mengenai citra merek, harga, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

1. Sebagai latihan bagi penulis dalam menuangkan buah pemikirannya kedalam bentuk penelitian.
2. Sebagai bahan masukan bagi peningkatan penjualan pada usaha toko pakaian Adorabella Boutique dan lainnya

