

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Era persaingan bisnis yang semakin kompetitif menyebabkan posisi konsumen menjadi sangat strategis dalam kaitan hubungannya dengan perusahaan atau pelaku usaha sebagai produsen. Semakin banyak pilihan toko yang ada, banyak hal yang harus menjadi pertimbangan untuk memilih untuk berbelanja ditoko yang mereka percaya.

Untuk dapat meningkatkan penjualan toko owner harus lebih inovatif, agar strategi-strategi baru yang dimunculkan dapat mencapai keberhasilan bisnis. Pedagang harus mampu mempengaruhi konsumen dengan berbagai cara mulai dari promosi dan pelayanan agar konsumen termotivasi membeli produk yang ditawarkannya sampai konsumen yang tidak ingin membeli menjadi ingin membeli walaupun tidak sedang membutuhkan barang tersebut. Karena pada dasarnya konsumen yang tidak membeli produk hari ini belum tentu menolak pada hari berikutnya.

Rp Shop adalah salah satu bisnis fashion yang ada dikota metro, Rp Shop ini memiliki lokasi yang strategis yang mudah di jangkau oleh konsumen yaitu Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iring Mulyo Kec. Metro Timur Kota Metro, Lampung. Rp Shop sudah berdiri sejak tahun 2013 awalnya bisnis ini hanya online belum memiliki toko, akhirnya pada pada awal tahun 2018 Rp Shop memiliki toko offline sampai sekarang. Rp Shop memiliki dua karyawan dan beroperasi setiap hari mulai pukul 09:00 WIB sampai dengan pukul 20:00 WIB

Produk merupakan hasil akhir berupa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen kepada konsumen, sehingga konsumen memperoleh manfaat, kepuasan dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Jadi hanya usaha dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang usaha tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Rp Shop tidak dapat menciptakan produk sendiri Rp Shop hanya sebagai leseller yang membeli produk dari produsen lalu dijual kembali ke konsumen, namun meskipun Rp Shop tidak dapat memproduksi produk sendiri Rp Shop menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen Rp Shop ini menyediakan berbagai macam barang seperti, pakaian, jilbab dan sepatu . Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan bisa membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan kemudian akan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk tersebut.

Harga merupakan kesepakatan nilai yang menjadi persyaratan bagi pertukaran dalam sebuah transaksi pembelian. Harga dapat juga diartikan dengan sesuatu yang harus dikeluarkan pembeli untuk menerima produk. Jadi harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi.

Harga pakaian yang dijual pada toko Rp Shop sangat bervariasi sesuai dengan jenis model mulai dari Rp. 100.000 sampai dengan Rp. 250.000, Contoh beberapa jenis dan harga produk di Rp Shop: Gamis Sy Zihan Rp. 123.000, Gamis Anneliz Rp. 105.000, Gamis Mx Nessalina Rp. 125.000, Gamis Aurora Syar`i Rp. 240.000 dan Gamis Shelby Syar`i Rp. 250.000, untuk jilbab harga mulai Rp.18.000 sampai Rp.35.000, sepatu mulai harga Rp. 35.000 sampai Rp. 150.000. Keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula, tetapi harga yang ditawarkan tidak dapat menjamin kualitas sebuah barang. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk.

Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin bahwa produk itu tidak akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi yang dilakukan toko Rp Shop belum optimal Media promosi yang digunakan oleh toko Rp Shop ini hanya mulai media sosial WhatsApp, Instagram (@rpshopmetro_) dan Facebook (@RPshopmetro) digunakan untuk menyampaikan informasi tentang produk, tujuannya untuk memberikan informasi, membujuk dan mengingatkan konsumen mengenai sebuah produk.

Pelayanan adalah kegiatan fisik atau non fisik yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Jika konsumen yang datang ketoko mengalami kesulitan dalam memilih dan mencari produk yang diinginkan Rp Shop memiliki dua karyawan atau pegawai yang stay ditoko untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen yang datang ketoko. Karyawan Rp Shop berusaha memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada pelanggan sehingga pelanggan tersebut merasa puas dan mendapatkan apa yang menjadi kebutuhannya.

Rp Shop juga menyediakan hotline untuk menyampaikan keluhan atau saran dari para pelanggan. Strategi diciptakan untuk memikat minat beli konsumen sehingga memunculkan rasa niat pada konsumen untuk membeli produk tersebut. Peningkatan produk pakaian menjadi pesat dari tahun ketahun mengakibatkan para pelaku bisnis harus menggunakan kreativitasnya dalam menyediakan berbagai model yang berbeda. Hal

tersebut yang menjadi alasan munculnya berbagai gaya busana sehingga pelanggan tertarik dan ada niat untuk membeli. Adapun data penjualan pada toko Rp Shop Metro sebagai berikut:

Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Rp Shop Pada Juni-Oktober 2020

No	Bulan	Data penjualan (Rp)	Jumlah (pcs)
1.	Juni	Rp. 46.573.000	532
2.	Juli	Rp. 48.184.000	570
3.	Agustus	Rp. 49.764.000	646
4.	September	Rp. 50.340.000	760
5.	Oktober	Rp. 52.120.000	870
Total		Rp. 246.981.000	3.378

Sumber: Data diolah dari Toko Rp Shop Metro 2021

Dari hasil wawancara data penelitian yang diperoleh, dapat dijelaskan pada bulan juni data penjualan total Rp. 46.573.000 atau 532 pcs, data penjualan pada bulan juli total Rp. 48.184.000 atau 570 pcs, dan data penjualan pada bulan agustus total Rp. 49.764.000 atau 646 pcs, sedangkan data penjualan pada bulan september total Rp. 50.340.000 atau 760 pcs, sampai pada bulan oktober penjualan total Rp. 52.120.000 atau 870 pcs. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan pada toko Rp shop setiap bulannya naik, maka owner harus dapat mempertahankan kepercayaan konsumen dengan selalu menghadirkan barang - barang yang *up to date* yang membuat konsumen tetap tertarik untuk berbelanja di toko Rp Shop.

Semakin banyak pilihan toko yang ada, banyak hal yang harus menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih berbelanja ditoko yang dipercaya. Saat ini kebanyakan konsumen mengubah pola pikirnya dalam menggunakan sebuah produk. Seseorang dalam membelanjakan uangnya seringkali memprioritaskan keinginan dari pada kebutuhannya. Oleh karena itu sebuah toko diharapkan mengikuti perkembangan trend saat ini. Dalam menciptakan minat beli konsumen tidak mudah, maka penulis berminat melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Rp Shop Di Metro”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan sebelumnya terdapat beberapa identifikasi masalah:

1. Banyaknya pemasaran produk yang sejenis.
2. Model produk yang disediakan sama dengan dengan toko lainnya.
3. Harga yang ditawarkan tidak dapat menjamin kualitas sebuah barang.
4. Promosi penjualan yang dilakukan belum optimal.
5. Kurang cepat dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop?
4. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop?
5. Apakah produk, harga, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Rp Shop?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop.
3. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop.
4. Untuk mengetahui apakah pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen Rp Shop.
5. Untuk mengetahui apakah produk, harga, promosi dan pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Rp Shop.

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian merupakan dampak dari tercapainya tujuan penelitian maka penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti, peneliti bertambah pengetahuan terhadap aspek pemasaran, perilaku konsumen dan keputusan konsumen dan pengetahuan terhadap teori yang selama ini di bahas dalam perkuliahan serta dapat mengaplikasikannya secara langsung dalam kehidupan sehari-hari.

2. Bagi universitas

Dapat dijadikan bahan perbandingan serta tolak ukur dan sarana pembelajaran dan di jadikan sebagai bahan penelitian bagi mahasiswa, serta sebagai bacaan di perpustakaan yang tersedia.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan sumber referensi dan pengetahuan sehingga dapat membantu sebagai sarana penelitian ilmiah dalam perkembangan ilmu ekonomi bisnis ataupun lainnya.

4. Bagi pengusaha

Hasil dari penelitian ini dapat di jadikan sabagai bahan intropeksi atau informasi dalam segi pemasaran, pelayanan, lokasi toko, harga serta dapat di jadikan sebagai bahan acuan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan mengikuti perkembangan selera fashion bagi konsumen yang sering berubah-ubah sesuai perkembangan.

F. Ruang Lingkup Penelitian

1. Objek penelitian

Objek penelitian adalah tentang pengaruh produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap minat beli.

2. Subjek penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pemilik toko dan konsumen Rp Shop Metro.

3. Waktu penelitian

Waktu pada penelitian ini akan di laksanakan pada semester ganjil tahun 2020/2021.

4. Lokasi atau tempat penelitian

Lokasi atau tempat penelitian ini akan di laksanakan pada toko Rp Shop Metro Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iring Mulyo Kec. Metro Timur.

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini tertuang penjelasan tentang, Latar Belakang Penelitian, identifikasi masalah dan perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Ruang Lingkup Penelitian dan Sistematika penulisan.

BAB II Kajian Literatur

Bab ini mendiskripsikan tentang teori yang digunakan sebagai panutan bagi penelitian dasar dalam melakukan analisis. Disini penulis menelaah literatur serta penjabaran teori-teori kemudian membuat kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang Jenis Penelitian, Objek dan Lokasi Penelitian, Tahapan Penelitian (Operasional Variabel, Populasi dan Sampel), Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Analisis Data.

BAB IV Hasil Dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang Gambaran Umum, Objek Penelitian (Sejarah Singkat Perusahaan, Struktur Organisasi Perusahaan dan Tupoksi Perusahaan), Hasil Penelitian (Deksripsi Data dan Analisis Data) dan Pembahasan.

BAB V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran, uraian tersebut berisi tentang inti dari bab sebelumnya.

Daftar Literatur

Lampiran