

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini daya beli masyarakat semakin meningkat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari, konsumen akan berusaha melakukan kegiatan untuk pemenuhan kebutuhannya. Konsumen dapat memilih pasar sebagai tempat untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler (1994:11) pasar terdiri dari semua pelanggan potensial yang memiliki kebutuhan atau keinginan tertentu yang mungkin bersedia dan mampu melaksanakan pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Dengan tersedianya tempat pemasaran hasil produksi yang memadai, khususnya pasar yang layak dan lengkap dengan fasilitasnya maka transaksi dagang dapat berlangsung lebih mudah, cepat dan efektif, sehingga memberi keuntungan yang lebih besar bagi penjual maupun pembeli.

Berkaitan dengan hal tersebut untuk menarik keputusan pembelian konsumen maka diperlukan adanya strategi pemasaran yang tepat bagi pedagang kain batik, khususnya di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan. Strategi pemasaran pedagang kain batik yang tidak tepat dapat menyebabkan keputusan pembelian konsumen berkurang bahkan tidak ada atau hilang sama sekali.

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan maka dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

pembelian konsumen kain batik adalah strategi pemasaran *marketing mix* yang berupa produk, harga, promosi, dan distribusi. Pemilihan lokasi usaha dagang sangat dipengaruhi oleh tempat dimana hubungan-hubungan dengan konsumen dapat dilakukan dengan mudah. Tempat yang demikian yaitu jalan-jalan utama, perpindahan hubungan laut ke darat, atau ke udara, muara-muara dan tempat lain yaitu dimana terdapat pertemuan sehingga menjadi mudah dikunjungi oleh penjual dan pembeli.

Sebagai salah satu kota penghasil batik terkenal di Indonesia, kota Pekalongan mempunyai banyak sekali tempat-tempat wisata belanja yang memasarkan produk batiknya, salah satunya adalah Pasar Grosir Setono kota Pekalongan yang beralamat di Jl. Dr. Sutomo 01-02 Pekalongan. Pasar Grosir Setono merupakan pasar wisata belanja pertama yang ada di kota Pekalongan yang kemudian diikuti dengan berdirinya pasar-pasar wisata belanja yang lain. Dengan pertimbangan Pasar Grosir Setono merupakan pasar yang pertama berdiri dan paling lama di Pekalongan, maka peneliti memilih Pasar Grosir Setono sebagai tempat untuk melakukan penelitian.

Maka dalam penelitian ini penulis akan mengambil judul:

“ PERSEPSI TENTANG PENGARUH KOMPPONEN-KOMPONEN  
MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
KAIN BATIK DI PASAR GROSIR SETONO KOTA PEKALONGAN “

Dengan adanya penelitian ini maka diharapkan akan diperoleh suatu gambaran tentang pengaruh strategi pemasaran *markeing mix* yang berupa

produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan.

## **B. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh variabel produk, harga, promosi dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan.
2. Diantara variabel-variabel di atas manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan

## **C. Batasan Masalah**

Mengingat keterbatasan serta banyaknya faktor yang mempengaruhi maka penulis lebih memfokuskan penelitian pada :

1. Produk yang dimaksud dalam penelitian adalah jenis kain batik.
2. Variabel-variabel *Marketing Mix* yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel harga, produk, promosi dan distribusi.
3. Obyek penelitian yaitu di pasar Grosir Setono kota Pekalongan

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, maka ada beberapa tujuan penelitian yang telah ditetapkan oleh peneliti

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel *Marketing Mix* terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui variabel *Marketing Mix* yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik di Pasar Grosir Setono kota Pekalongan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

##### **1. Manfaat Akademis**

- a. Penelitian ini diharapkan bisa berguna untuk dijadikan sumbangan pada almameter.
- b. Bagi peneliti dapat dijadikan sebagai bahan masukan sehingga dapat menerapkan perpaduan yang tepat dan sesuai antara praktek dan keadaan teoritis yang diterima di bangku kuliah.
- c. Untuk memberi sumbangan teoritis dalam bidang ilmu pemasaran, terutama mengenai strategi produk, harga, promosi, distribusi dan keputusan pembelian konsumen.

## 2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan-kebijakan pengelola pasar dan pedagang kain batik, khususnya dalam masalah *Marketing Mix* yang tepat sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

## F. Sistematika Skripsi

Tujuan penyusunan sistematika ini adalah untuk memberikan gambaran umum dan isi penulisan skripsi dengan cepat dan mudah

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan konsep dari penulisan yang menguraikan atau mengutarakan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan penelitian dan sistematika skripsi.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini akan mengemukakan tentang teori-teori dari hasil pustaka yang erat hubungannya dengan bidang penelitian, antara lain mengenai definisi pemasaran, konsep pemasaran, definisi perilaku konsumen, teori-teori perilaku konsumen, variabel-variabel yang mempengaruhi perilaku pembelian, model proses keputusan pembelian dan tinjauan penelitian terdahulu.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan tentang kerangka pemikiran, hipotesis, data dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel serta metode analisis data.

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mengemukakan tentang gambaran umum obyek penelitian yaitu gambaran umum tentang keadaan pasar Grosir Setono yang meliputi (sejarah berdirinya, lokasi dan luas pasar dan jenis produk yang ada) dan analisis hasil data

### BAB V PENUTUP

Bab ini akan dikemukakan kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.