

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan dihadapkan pada tantangan yang lebih berat dikarenakan persaingan bisnis yang semakin tajam di era globalisasi. Perusahaan dituntut lebih kreatif untuk memanfaatkan peluang yang ada. Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan mengetahui apa yang menjadi penyebab dari peningkatan penjualan. Perubahan lingkungan yang senantiasa terjadi dalam proses perkembangan suatu daerah, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi kehidupan dan tata ekonominya, cara-cara pemasaran dan perilaku manusia-manusianya.

Salah satu tujuan kegiatan pemasaran adalah berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan salah satu faktor dasar yang diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran, agar tujuan kegiatan pemasaran dapat terlaksana.

Secara umum perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang berasal dari dalam individu itu sendiri (internal) maupun yang berasal dari luar (eksternal). Faktor eksternal yang dimaksud meliputi kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang ada pada diri

konsumen itu sendiri (psikologis) yang meliputi: belajar, kepribadian, dan konsep diri, serta sikap (Stanton,1996:155).

*Department store* merupakan salah satu jenis toko pengecer yang menyediakan variasi produk belanjaan dan produk-produk secara khusus dan luas. Hal ini menjadi salah satu daya tarik *departement store* sehingga banyak konsumen yang berbelanja di *departement store* (Richret, Meyer dan Haines, 1962). *Departement store* merupakan tipe jasa penjualan eceran dengan kelompok *departement-departement* yang menyediakan berbagai macam barang dagangan. Keberadaan bisnis *department store* di tengah-tengah masyarakat merupakan faktor penting sebagai tempat untuk aktivitas belanja. *Departemen store* diharap mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Palur Plasa adalah nama suatu *departement store* yang baru berdiri di daerah Palur, Kecamatan Jaten, Kabupaten Karanganyar. Palur Plasa merupakan *department store* terbesar di daerah itu pada saat ini. Pangsa pasar dari Palur Plasa adalah semua orang, terutama orang yang tinggal di wilayah Palur dan sekitarnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penyusun tertarik untuk mengangkat dalam sebuah penelitian yaitu dengan judul “**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DEPARTMENT STORE PALUR PLASA**”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *department store* Palur Plasa?
2. Faktor manakah yang lebih dominan diantara produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *department store* Palur Plasa?

## **C. Pembatasan Masalah**

Dalam pembatasan masalah dan pengembangan model masalah dibuat batasan-batasan sebagai masalah yang berhasil diidentifikasi dapat dicari pemecahannya. Adapun batasan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Responden yang diambil adalah seluruh konsumen *Departement Store* Palur Plasa, baik yang datang langsung ke *Departement Store* Palur Plasa maupun yang pernah menjadi konsumen di *Departemant Store* Palur Plasa.
2. Penyebaran kuesioner dilakukan di *Departement Store* Palur Plasa.
3. Faktor yang diteliti adalah produk, harga, tempat dan promosi.

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

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh faktor yang terdiri dari produk, harga, tempat dan promosi terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian pada *department store* Palur Plasa.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian pada *department store* Palur Plasa.

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

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan kajian dan pertimbangan untuk menambah wawasan, terlebih sebagai bahan kajian konsep tenaga penjualan sehingga dapat menambah wacana bagi pengamat dan peneliti dengan pokok bahasan berkaitan konsep penjualan di waktu yang akan datang menjadi lebih baik. Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan ataupun masukan kepada perusahaan dalam proses pengambilan kebijakan pemasaran supaya

tercipta kinerja penjualan yang lebih efektif dan perusahaan mampu menghadapi persaingan yang semakin tinggi tingkat intensitasnya.

## **F. Sistematika penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini akan disusun sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

Dalam bab ini berisi mengenai uraian masalah-masalah yang ada hubungannya dengan obyek penelitian melalui teori-teori yang mendukung serta relevan dari buku-buku atau literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan hipotesis penelitian.

### **Bab III Metode Penelitian**

Dalam bab ini berisi mengenai metode penelitian yang dilaksanakan dalam memperoleh data yang mencakup kerangka teoritik, data dan sumber data, teknik pengambilan data, populasi, sampel, teknik sampling, serta devinisi operasional variabel.

### **Bab IV Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini menguraikan tentang hasil pengolahan atas data yang telah terkumpul dan pembahasannya terkait dengan penerapan metode penelitian pada Bab III.

## Bab V Penutup

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari proses penelitian yang dilakukan dan saran yang perlu disampaikan berdasarkan kesimpulan yang diperoleh.