

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan dunia perekonomian yang semakin maju membawa dampak bagi dunia usaha saat ini. Secara umum tujuan membuka usaha adalah mencapai dan meningkatkan keuntungan, dan yang lebih penting adalah mengetahui bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian ataupun penggunaan akan suatu produk. Hal itu dapat dilakukan dengan memperhatikan dari segi promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, dapat diketahui juga dari segi citra perusahaan yang dimiliki, ataupun dari segi pengaruh faktor pribadi. Sekarang ini telah banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang menggeluti dibidang jasa, seperti halnya perusahaan dibidang jasa pijat, jasa perawatan tubuh, jasa perbaikan motor, bahkan jasa yang di anggap remeh yaitu jasa pencucian sepatu.

Laundry sepatu atau jasa cuci sepatu di Indonesia baru ramai di perbincangkan pada tahun 2014. Bisnis jasa cuci sepatu mulai marak dan tersebar luas hampir di berbagai kota-kota besar di Indonesia. Bisnis ini bisa terbentuk, karena tidak lepas dari sifat konsumtif lapisan masyarakat yang tertarik pada sepatu jenis *kats* dan *sneakers*.

Para pelaku bisnis melihat antusiasme masyarakat akan ketertarikannya merawat sepatu, Menjadikan peluang bisnis bagi para pelaku bisnis untuk memulai

usaha di bidang ini. Pebisnis melihat sibuknya aktifitas yang dilakukan masyarakat namun kebanyakan dari mereka memiliki waktu yang minim untuk merawat sepatu-sepatu yang dimiliki, Padahal sepatu merupakan termasuk kebutuhan wajib yang digunakan saat berpergian, sekolah, maupun berkerja.

Karena semakin maraknya bisnis jasa cuci sepatu di tahun 2019 ini, para pelaku di bidang ini berlomba-lomba untuk menarik para calon konsumennya dengan inovasi-inovasi baru yang terus di kembangkan. Dengan demikian para pelaku bisnis di bidang ini haruslah memutar otak mereka untuk menjadikan calon konsumen menjadi konsumen dari jasa yang mereka tawarkan. Demi memenangkan persaingan para pelaku bisnis harus mampu mengidentifikasi perilaku dari konsumen.

Dalam menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian ini. Faktor-faktor yang mampu mempengaruhi keputusan ini bisa berupa faktor dari dalam diri konsumen ataupun dari luar, Faktor dari luar bisa berupa rangsangan-rangsangan dari para pelaku bisnis. Faktor dari luar itu bisa berupa citra merek perusahaan yang mereka miliki, promosi-promosi yang dilakukan pebisnis, bisa juga keran pengaruh orang-orang disekitar calon konsumen.

Shoes And Care, jasa laundry sepatu pertama di Indonesia yang di miliki oleh Tirta Mandira Hudhi lulusan Fakultas Kedokteran Universitas Gadjah Mada 2014. Dokter Tirta yang awalnya hanyalah seorang Mahasiswa yang gemar mengkoleksi sepatu, memberanikan diri untuk mencoba membuka jasa

laundry sepatu pada tahun 2013. Sekarang di tahun 2019 ini Shoes And Care sendiri telah berumur hampir 6 tahun.

Shoes And Care menggeluti bidang jasa laundry sepatu tidaklah sendirian. Dalam dunia bisnis tidak mungkin tidak adanya muncul para pesaing pesaing baru dalam bidang bisnis yang sama. Bahkan sekarang ini telah banyak munculnya jasa-jasa laundry sepatu yang baru yang menjadi pesaing dari Shoes And Care. Dengan demikian tentu saja para calon konsumen mempunyai banyak pilihan yang akan mereka gunakan dalam pengambilan keputusan, akan pemilihan manakah jasa laundry sepatu yang akan mereka gunakan.

Dalam suatu perusahaan, tentu saja perusahaan selalu mempunyai citra merek. Menurut Freddy Rangkuti (2002:2) berpendapat bahwa merek merupakan janji penjual untuk secara konsisten memberikan *feature*, manfaat, dan jasa tertentu kepada pembeli. Merek telah berkontribusi terhadap kesuksesan pemasaran dalam suatu perusahaan. Oleh karena itu, citra merek sangatlah penting bagi perusahaan untuk memperoleh konsumen. Menurut isamani (2008) menyatakan bahwa, tanpa citra merek yang kuat dan positif, sangatlah sulit bagi perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada.

Shoes And Care yang telah berjalan selama hampir 6 tahun ini, tentu saja setelah lamanya perusahaan Shoes And Care berdiri mempunyai citra merek tersendiri di kalangan konsumen-konsumen mereka. Dimana citra merek yang sudah dibangun oleh Shoes And Care selama ini sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa mereka, bagaimanapun juga

Shoes And Care merupakan pelopor berdirinya perusahaan yang menggeluti di bidang jasa pencucian sepatu yang mulai marak di Indonesia. Citra merek tidaklah sendiri dalam mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen Shoes And Care, di antaranya masih ada Faktor Pribadi dan ada pula Faktor Promosi yang dilakukan oleh pihak perusahaan.

Kelangsungan hidup perusahaan sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008:19). Shoes And Care sendiri mempunyai pendapat bahwa konsumen konsumen yang mereka tangani dapat memakai jasa mereka di sebabkan oleh suatu dorongan yang ada pada diri konsumen mereka. Menurut Kotler (2002 :191 ) faktor pribadi merupakan karakteristik yang meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

Dunia dalam perbisnisan agar dapat menarik minat konsumen tentu saja perusahaan harus melakukan strategi-strategi perusahaan, seperti halnya melakukan promosi. Promosi merupakan faktor penting dalam mewujudkan tujuan penjualan suatu perusahaan. Babin (2011: 27) Promosi merupakan fungsi komunikasi perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk atau mengajak pembeli. Menurut tjiptono (2008) promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Pada hakikatnya, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran atau aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan

produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Seperti halnya yang dilakukan oleh Shoes And Care dalam menjalankan bisnisnya. Mereka melakukan promosi-promosi dengan memberikan promo diskon 20% bagi para pelajar, ada juga promo cashback Rp 20.000/transaksi pada saat hari raya imlek, ada pula promo yang dilakukan oleh pihak shoes and care ialah masukan dua sepatu cukup bayar satu sepatu. Sehubungan dengan hal tersebut, maka judul yang tepat dalam penelitian ini adalah “ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, FAKTOR PRIBADI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA JASA LAUNDRY SEPATU SHOES AND CARE STORE FAJAR INDAH SURAKARTA”

## **B. Rumusan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek, faktor pribadi dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu Shoes And Care Store Surakarta?
2. Apakah yang paling berpengaruh diantara citra merek, faktor pribadi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu Shoes And Care Store Surakarta?

3. Apakah citra merek, faktor pribadi, dan promosi berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu Shoes And Care Store Surakarta

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh citra merek, faktor pribadi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu “ Shoes And Care Store Fajar Indah Surakarta”.
2. Mengetahui yang paling berpengaruh diantara citra merek, faktor pribadi, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu “ Shoes And Care Store Fajar Indah Surakarta”.
3. Mengetahui pengaruh citra merek, faktor pribadi, dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen pada jasa laundry sepatu “ Shoes And Care Store Fajar Indah Surakarta”.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini di harapkan akan dapat memberikan berbagai macam manfaat baik secara empiris, teoritis, maupun kebijakan. Adapun manfaat yang di harapkan dapat di berikan melalui penelitian ini :

### 1. Manfaat Pribadi

Penelitian ini di harapkan dapat meningkatkan penulis dalam praktek bidang manajemen khususnya manajemen pemasaran, menambah pengalaman dalam menganalisis dan menyelesaikan permasalahan kasus dibidang pemasaran, memperluas variabel-variabel yang mempengaruhi penjualan dibidang pemasaran.

### 2. Manfaat Universitas

Penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan Pendidikan ataupun refrensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penellitian selanjutnya.

### 3. Manfaat Perusahaan

Bagi pihak shoes and care surakarta, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan konsumen menggunakan jasa dari perusahaannya, terutama faktor citra merek, faktor pribadi, dan promosi.

## **E. Sistematika Penulisan**

sistematika penulisan merupakan pola penyusunan penelitian untuk memberikan gambaran secara garis besar bab demi bab untuk memudahkan pembaca memahami isi penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini membahas beberapa hal seperti latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian ini secara keseluruhan.

**BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan teoritis dari variabel dependent dan variabel independent yang digunakan dalam penelitian. Selain itu, didalamnya memuat penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan pengembangan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi, sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel, dan Teknik Analisa data.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang penyajian data dan analisis data serta penjelasan mengenai hasil analisis data dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran dari hasil penelitian.