

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis pada saat ini menuntut konsumen harus bersikap pintar, cermat, efektif dan efisien untuk menentukan membeli produk yang dibutuhkan dan diinginkan. Keputusan pembelian merupakan hal yang perlu di perhatikan karena hal akan menjadi pertimbangan perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran. Untuk memenuhi permintaan konsumen yang mulai meningkat, maka perusahaan harus berusaha memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Konsumen akan memperhatikan beberapa hal sbagai pertimbangan atas keputusanya pembelian, baik dari produk, promosi, tempat, pelayanan, harga dan lainnya. Pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk di dasari oleh adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, kemudian konsumen akan mencari irformasi mengenai produk yang diinginkan. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelangganya (Kotler dan Amstrong, 2011).

Seiring perubahan zaman, pola fikir konsumen dalam memilih sautu produk dan mengambil keputusan pembelian tentu saja akan mengalami perubahan. Pada dasarnya perubahan yang ada pada konsumen bias diikuti dengan factor usia, kepribadian, pendapatan dan gaya hidup. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhanya. Perimbangan tersebut bias dilihat dari cara pandang dan keinginan konsumen salah satunya mengenai kualitas produk bias mempengaruhi pengambilan keputusan (Rawung et al, 2015).

Persaingan bisnis yang semakin ketat perusahaan dituntut harus agar kreatif dan inovatif agar mampu bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya. Salah satu usaha yang memiliki persaingan yang sangat ketat pada saat

ini adalah bisnis fashion. Pada saat ini bisnis fashion sangat banyak dikembangkan oleh beberapa orang terutama para milenial. Persaingan bisnis fashion semakin ketat dengan brand – brand baru yang bermunculan.

Dalam usaha untuk memenangkan persaingan pemasaran perusahaan harus memperhatikan atribut produknya, karena atribut produk adalah alat untuk membedakan produk perusahaan dan produk pesaingnya. Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipersepsikan sangat penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2008). Adapun unsur-unsur dalam atribut produk menurut Tjiptono (2008), meliputi merk, kemasan, pemberian label (labelling), layanan pelengkap (supplementary service) dan jaminan (garansi).

Perkembangan zaman yang semakin pesat membuat perusahaan semakin kreatif dalam mempromosikan produknya dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih. Media promosi adalah sarana untuk mengkomunikasikan produk, jasa, image perusahaan untuk dapat dikenal masyarakat lebih luas. Promosi yang dikemukakan oleh (Swasta,1997) adalah arus informasi atau persuasi searah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Selain atribut produk dan media promosi suatu perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan supaya ketika konsumen ingin membeli suatu produk konsumen merasa nyaman dan semakin meningkatkan keinginan untuk membeli produk tersebut. Menurut Tjiptono (2008), pelayanan adalah suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan.

Floss store adalah perusahaan yang bergerak dibidang bisnis fashion di kota Solo. Floss store yang berdiri sejak tahun 2010 memiliki beberapa cabang store diantaranya berada di kota Sragen dan kota Malang. Produk yang dijual di Floss store adalah pakain dan aksesoris, dimana produk tersebut merupakan

produksi dari Floss store sendiri, selain itu Floss store juga berkerjasama dengan brand supplier yaitu dalam bentuk konsiyasi.

Floss store merupakan salah satu dari sekian banyak distro yang berada di kota Solo, akan tetapi cukup dikenal oleh masyarakat terutama dikalangan anak muda zaman sekarang. Dalam melakukan pemasaran produk Floss store melakukan strategi pemasaran dalam menjual produknya. Strategi tersebut meliputi atribut produk, media promosi dan kualitas pelayan pada toko tersebut. Dengan semakin ketatnya persaingan dari brand kompetitor dan pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Atribut Produk, Media Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk di Floss store Solo”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat disimpulkan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo?
2. Apakah terdapat pengaruh media promosi terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji ada tidaknya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo.
2. Menguji ada tidaknya pengaruh media promosi terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo.
3. Menguji ada tidaknya pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di Floss store Solo.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini mampu menambah pengetahuan di bidang marketing khususnya pemahaman mengenai atribut produk, media promosi dan kualitas pelayanan.

2. Manfaat Secara Praktis

1. Bagi Perusahaan (Floss Store Solo)

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi kepada manajer dalam menjalankan tugas profesionalnya.

2. Bagi Pengembangan Ilmu

Penelitian ini dijadikan sebagai pembuktian empiris mengenai seberapa besar pengaruh atribut produk, media promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Floss Store Solo.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya tentang pengaruh atribut produk, media promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Floss Store Solo.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional serta metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan inti dari penelitian dari analisis data serta pembahasan yang dilakukan dengan alat analisis yang disiapkan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian dan Saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN