



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis pada saat ini berkembang semakin pesat. Hal ini terbukti di tandai dengan adanya berbagai macam jenis usaha yang bergerak dibidang yang sama dan saling bersaing untuk memperoleh keuntungan sebesar-besarnya demi mencapai titik kesuksesan (Peburiyanti & Sabran, 2022). Persaingan yang terjadi dalam dunia usaha dan dunia industri sudah tidak dapat lagi dihindari karena semakin ketat setiap tahunnya. Untuk memenangkan persaingan yang terjadi antar pelaku usaha, maka diperlukan pengembangan strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Pelaku usaha dapat melakukan orientasi konsumen melalui penciptaan inovasi baru yang dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Saraswati dkk., 2021).

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dan merupakan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilakukan (Puhi dkk., 2021).

Menurut Syakur dkk. (2023) minat beli merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan untuk memilih atau membeli suatu produk berdasarkan pengalamannya dalam pemilihan produk, penggunaan, konsumsi, bahkan keinginannya. Minat beli dapat ditingkatkan dengan memperhatikan beberapa faktor, salah satunya melalui strategi variasi produk. Variasi produk merupakan suatu merek atau lini produk yang dapat



dibedakan berdasarkan harga, ukuran, ataupun suatu ciri khas lainnya yang beragam jumlahnya maupun jenis produk yang ditawarkan di suatu tempat sehingga konsumen akan merasakan kepuasan karena telah memperoleh apa yang dibutuhkan ataupun yang diinginkan (Kotler, 2012).

Kesuksesan sebuah bisnis juga tak ketinggalan dari adanya faktor kualitas layanan yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen yang diberikan dari pihak pelaku bisnis tersebut. Menurut Annibras (2023) kualitas layanan merupakan karakteristik umum suatu produk dan layanan yang telah ditawarkan oleh para pelaku usaha untuk memenuhi harapan konsumen seperti keamanan, keterbatasan, empati, tindakan langsung dan daya tanggap. Di era globalisasi seperti sekarang ini, peran layanan sangatlah penting khususnya bagi perusahaan yang menyediakan jasa yang dibutuhkan oleh para konsumen. Kualitas layanan dapat memberikan kepastian penyampaian yang sesuai guna menyeimbangkan harapan pelanggan dengan layanan luar biasa yang diterapkan oleh para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Supaya bisa bertahan dan tetap menjadi pilihan yang layak, maka harus memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanannya. Ketika layanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen, maka layanan akan dianggap memuaskan dan konsumen akan kembali lagi dan membeli di kemudian hari.

Pelayanan yang berkualitas pada suatu perusahaan menciptakan kepuasan konsumen. Sehingga setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, mereka membandingkan jasa yang ditawarkan. Jika

konsumen benar-benar puas, mereka akan datang untuk membeli lagi dan mereka akan memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Karena pelayanan (kepuasan pelanggan) semakin diakui sebagai aspek kunci untuk bertahan dan bersaing dalam bisnis, maka perusahaan perlu mulai berpikir lebih hati-hati mengenai pentingnya layanan pelanggan melalui kualitas layanan.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli adalah harga. Harga merupakan salah satu faktor yang penting dalam penjualan, banyak perusahaan yang bangkrut karena mematok harga yang tidak cocok di pasar.

Menurut Widayat & Purwanto (2020) harga adalah kemampuan yang dimiliki oleh suatu barang atau jasa yang dinyatakan dalam bentuk uang. Harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan keadaan ekonomi konsumen, agar konsumen dapat membeli produk tersebut. Bagi konsumen, harga kini menjadi salah satu faktor dalam keputusan pembelian.

Toko Baju Jakarta Fashion merupakan salah toko dengan berbagai jenis pakaian yang berlokasi di Jombang, lebih tepatnya berada di daerah Mancar, di pinggir jalan raya. Toko tersebut sangat strategis untuk dikunjungi karena mudah diakses, selain itu terdapat area parkir yang cukup luas, sehingga tidak perlu khawatir soal kenyamanan parkir. Setiap harinya toko tersebut tampak ramai oleh pengunjung yang datang. Bahkan ada beberapa dari mereka yang datang kembali untuk membeli pakaian lagi. Ada yang dua kali, tiga kali, bahkan sampai beberapa kali membeli pakaian di sana. Menurut mereka, variasi dari produk pakaian yang dijual sangat beraneka ragam dan pelayanan





para pegawai toko tersebut sangat ramah bila dibandingkan dengan toko yang lain. Bahkan, harga pakaian yang dijual di sana sangat terjangkau, terutama bagi kalangan dewasa dengan kisaran harga mulai dari Rp 35.000,00. Namun, seiring jalannya waktu pelanggan yang datang semakin hari semakin berkurang, berbeda dengan toko-toko di sekitarnya masih tergolong ramai dikunjungi oleh pelanggan. Banyaknya pelaku usaha yang bergerak di bidang usaha yang sama menyebabkan setiap toko bersaing untuk mendapatkan konsumen. Kondisi yang terjadi di toko baju Jakarta fashion saat ini adalah jumlah penjualan yang pertumbuhannya tidak sesuai dengan target yang telah ditetapkan dimana hal tersebut diduga terkait dengan banyak bermunculannya toko-toko sejenis yang memberikan promo harga, serta menyediakan produk yang lebih beragam dibandingkan dengan yang tersedia di toko baju Jakarta fashion. Adanya penurunan variasi produk, kualitas layanan dan harga yang diciptakan kepada konsumen menjadi faktor yang dicurigai mempengaruhi tingkat minat beli konsumen. Hal ini tentunya kurang baik bila dibiarkan berlarut-larut, karena bisa berbahaya dan menimbulkan kerugian untuk kelangsungan penjualan di toko tersebut.

Berdasarkan survey awal, dilakukan wawancara terhadap beberapa pelanggan yang melakukan pembelian di toko tersebut. Beberapa dari mereka melakukan pembelian sebanyak dua atau tiga kali dalam waktu 3 bulan. Bahkan ada yang sampai lima kali. Ada yang membeli untuk dipakai diri sendiri atau keluarga, ada juga yang untuk kado ke teman atau sanak saudara. Alasan mereka membeli pakaian di sana lagi karena menurut mereka variasi



pakaian yang mereka inginkan selalu tersedia di sana. Selain itu, mereka selalu dilayani dengan ramah oleh pegawai toko tersebut, ditambah lagi dengan harganya yang sangat terjangkau.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi (2022) dengan judul ” Pengaruh Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Agrowisata Belimbing Karangsari, Kota Blitar”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada agrowisata belimbing karangsari, kota blitar; (2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada agrowisata belimbing karangsari, kota blitar; (3) Secara bersama-sama variasi produk dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada agrowisata belimbing karangsari, kota blitar.

Dengan demikian maka saya mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli pada Toko Baju Jakarta Fashion”.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang dapat menjadi bahan pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion?



2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion?
4. Apakah variasi produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion?

1.3 Batasan Masalah

Toko baju Jakarta fashion ini ada di beberapa kota dan yang fokus diteliti oleh peneliti itu adalah toko baju Jakarta fashion yang ada di jombang. Penelitian ini hanya dibatasi pada minat beli konsumen yang ada di jombang, karena yang menjadi objek riset adalah toko baju Jakarta fashion yang ada di peterongan jombang.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion.



4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk, kualitas layanan dan harga secara simultan terhadap minat beli pada toko baju Jakarta Fashion.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini secara teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memperluas pengetahuan serta dapat digunakan untuk memperdalam ilmu pada mata kuliah manajemen pemasaran.

b. Bagi universitas

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya bagi mahasiswa Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum (UNIPDU) tentang studi manajemen pemasaran.

c. Bagi pelaku usaha toko baju Jakarta fashion

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menyusun program perencanaan pemasaran dan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi



pelaku usaha dalam rangka untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kualitas layanan dan harga terhadap minat beli.

d. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah bahan referensi yang baru bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian yang sama dalam bidang manajemen pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini digunakan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang materi pembahasan dalam penelitian, sehingga dapat memberikan kemudahan kepada pembaca untuk memahami maksud dilakukannya penelitian proposal skripsi ini, terdiri dari 5 bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini menguraikan tentang penelitian terdahulu, landasan teori yang terkait dengan konsep materi yang dijadikan sebagai pedoman dalam penelitian.



BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian bab ini menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan. Materi pokok yang ada dalam bagian ini adalah: ruang lingkup penelitian, populasi terkait pengambilan sampel, variabel dan pengukurannya, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian bab ini menguraikan analisis data yang telah dilakukan untuk memecahkan masalah penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bagian bab ini berisi tentang uraian kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran penelitian untuk penelitian selanjutnya dalam topik yang sama dan sesuai.