BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia retail saat ini yang semakin ketat, apalagi di era globalisasi saat ini dapat memicu timbulnya perdagangan bebas yang membuat dunia seakan tak terbatas. Banyak perusahaan dari negara lain yang bersaing untuk mendapatkan minat konsumen di dalam perdagangan internasional. Terutama di negara Indonesia yang jumlah penduduknya cukup banyak dan konsumtif, bahkan dengan banyaknya jumlah penduduk negara Indonesia menjadi suatu daerah yang dipilih oleh perusahaan-perusahaan besar untuk memasarkan suatu produknya.

Demikian pula terjadi pada perusahan retail, khususnya untuk perusahan yang memproduksi kebutuhan akan berbusana sendiri yang akhir-akhir ini sangat cepat perkembangannya. Pakaian, sepatu, dan tas merupakan salah satu alat penunjang penampilan yang sangat istimewa, karena dengan memiliki dan menggunakan sepatu berkualitas dan ternama dapat mendukung penampilan yang yang membuat para menggunanya lebih percaya diri pada aktifitas manusia. Selain sepatu dan tas ternama dapat lebih menjadi terlihat trendi saat mengenakanya dan percaya diri saat mengenakan brend ternama di dunia.

Tetapi hingga saat ini merek dari Amerika masih menjadi pilihan masyarakat Indonesia karena berbagai macam keunggulannya. Kemampuan menjaga kualitas

pelayanan kepada pelanggan dengan harga yang relative terjangkau di kalangan tertentu serta kepada citra produkyang melekat dalam benak konsumen.

Melihat pengunjung Central Grand Indonesia yang sangat senang untuk berpenampilaan menarik dan gaya hidup mereka yang konsumtif dan juga membutukan masukan untuk berpenampilan terbaik. Hal ini memacu banyak perusahan ritail untuk menciptakan pelayanan yang baik dari segi memiliki strandar pelayanan berbelanja dan memberikan pengalaman berbelaja yang memberikan kesan positif untuk mendapat simpati dari konsumen. Berikut adalah data pendapatan Hush Puppies Central Grand Indoneia.

Tabel 1.1

Data Penjulan Hush Puppies Central Store Grand Indonesia

Tahun	Total Penjualan	Peningkatan Penjualan	Persentase Peningkatan Penjualan
2015	867,896,930		
2016	796,907,680	-70,989,250	-8%
2017	789,734,050	-7,173,630	-1%

Sumber : Arsip Penjualan Hush Puppies Central Grend Indonesia(2017)

Berdasarkan table diatas dapat terlihat bahwa penjualan di Hush Puppies Grand Indonesia selalu mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Di penjulan pada hatun 2016 pengalami penurunan Rp 70,989,250 dari tahun 2015 dan pada tahun 2017, penjualn kembali menurun sebanyak Rp 7,173,630 tahun 2016.

Keputusan pembelian di Hush Puppies dapat di tentukan dengan Citra merek yang bagus, kualitas layanan yang baik serta harga yang terjangkau di sebabkan pengunjung yang ada di Central Depatermen Store Grand Indonesia adalah masyarakat yang lebih mengutamakan gaya hidup yang terkini sehingga dapat meningkatakan sosialnya. Oleh sebab itu maka banyak perusahan menarik minat konsumen terhadap produknya, agar nantinya konsumen dapat memutuskan pembeliannya. Menurut Kottler (2016) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana dengan pengalaman masalah, mencari informasi dengan mengenali produk atau merek tertentu dengan mengevaluasi seberapa banyak masing masing alternative tersebut memecahkan masalah, yang kemudian mempengaruhi keputusan pembelian.

Hush Puppies adalah merek asal Amerika yang sudah di kenal di kalangan masyarakat kelas menengah atas serta memiliki varian model dengan inovasi mengikuti perkembangan zaman yang ter *up to date*. Maka dapat menarik minat untuk konsumen membelinya. Menurut Kottler (2016) dasarnya, membentuk suatu merek yang kuat adalah membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan membentuk sebuah citra, ide dan kesan yang positif kepada konsumen. Pernyatakan bahwa citra merek adalah sekumpulan keyakinan terhadap suatu merek disebut citra merek. Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf huruf, angka angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur unsuru tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Hush Puppies sebagai merek yang sudah terkenal senantiasa memberikan harapan dan keyakinan kepada para pelanggannya agar pelanggan mendapatkan kepuasan

terhadap produk perusahaan. Hush Puppies memiliki keunggulan dan kelebihan seperti adanya berbagai macam pilihan atau tipe yang dibuat sesuai dengan selera konsumen.

Dengan merek yang ternama dan untuk meningkatkan keputusan pembelian pelanggan perusahan memberikan pelayan yang berkualitas serta kepuasan dalam berbelanja yang merupakan salah satu strategi yang di gunakan perusahaan untuk memikat pelanggan tertarik melakaukan pembelian kembali.

Kualitas Pelayanan yang diberikan di Huss Puppies Central Grand Indonesia Mall sudah terdapat dalam SOP yang di miliki perusahan hingga para pegawai yang terlatih sudah harus bisa menerapkan tata cara pelayanan yang di miliki pada saat pelanggan datang dan Hush Puppies juga memberikan pelayan dengan letak marcendise yang memudahkan pelanggan mencoba langsung dan berdekatan dengan cermin sehingga dapat melihat ketika saat mencoba. Namun masih ada pegawai yang belum menerapkannya terkadang tidak tanggap terhadap pelanggan yang datang dan kurangnya antusia dalam melayani pelanggan. Perusahaan yang lebih mengandalkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan lebih unggul. Karena kepuasan terhadap kualitas layanan dipandang salah satu yang perlu mendapat perhatian karena kulaitas layanan memiliki efek untuk mendangkan pelayanan ritel yang baru dan secara bersama dapat meminimalkan pelanggan ritail lama ke ritel lainya. Menurut Tjiptono (2016) Kualitas layanan merupakan tingkat ke unggulan yang diharapkan dari suatu penyedia layanan dan kemampuan untuk secara konsisten meningkatakan pelayan yang unggul untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Hush Pupies memiliki harga yang varian karena untuk mencangakup semua kalangan. Dengan sasarannya untuk mereka yang memiliki aktivitas yang banyak tetapi dengan gaya hidup yang tidak perlu berlebihan. Harga berpengaruh langsung terhadap tingkat permintaan dan menentukan tingkat aktivitas. Harga yang terlampau mahal atau sebaliknya murah berpotensi menghambat perkembangan produk. Harga pun menjadi salah satu yang perkembangan konsumen dalam menarik minat beli sebuah produk. Kemampuan daya beli setiap orang berbeda dan terkadang mempertimbangakan subuah harga untuk produk tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) harga adalah jumalah dari seluruh nilai yang konsumen tukar untuk seluruh manfaat yang dimiliki untuk mengunakan seluruh barang dan jasa. Berikut adalah hasil dari penelitan terdahulu.

Tabel 1.2

Research Gap

Variabel	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
Citra Merek (X1)	Yustinus Riyan Adiputra, Imroatul Khasanah (2016)	variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Siti Nurhayati (2017)	variabel citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Kualitas Pelayanan (X2)	Yustinus Riyan Adiputra, Imroatul Khasanah (2016)	variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
	Tiyonowati (2015)	variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Harga (X3)	Yustinus Riyan Adiputra, Imroatul Khasanah (2016)	variabel harga berpengaruh kepada keputusan Supembelian
	Silvia Buyung, silvya L Mendi, Jack S.B.sumaraw (2016)	variabel harga tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul :"Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Depatermen Store Grand Indonesia Jakarta "

1.2 Perumusan Masalah

a. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Depatermen Store Grand Indonesia Jakarta?
b. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Depatermen Store Grand Indonesia Jakarta?
c. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Depatermen Store Grand Indonesia Jakarta?
d. Apakah Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Secara Simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Depatermen Store Grand Indonesia Jakarta?

1.3 Batasan Masalah

a. Dengan keterbatasn waktu dan dana maka peneliti ini hanya membahas mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta.

b. Penelitian dilakukan hanya pada Konsumen Hush Puppies di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Ada pun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a) Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies Di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta.

b) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies Di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta.

c) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies Di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta.

d) Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Hush Puppies Di Central Departemen Store Grand Indonesia Jakarta .

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

Manfaat penelitian ini adalah sebagian berikut

a. Bagi Peneliti

Sebagai aplikasi dalam penerapan ilmu yang telah di pelajari selama berlangsungnya perkuliah serta persayratan untuk mendapatkan Gelar Sarjana.

b. Bagi Akademik

Sebagai refrensi dan ilmu pengetahuan dapat memberikan perbandingan antara penelitian yang satu dengan penelitian yang lain.

c. Bagi Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi masukan dalam hal variabel Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang bermanfaat bagi pengembangan perusahaan dalam peningkatan penjualan disetiap gerai .

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA