

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan fashion senantiasa berkembang, begitu juga dengan trend sepatu sekarang ini. Mengikuti trend terbaru bagi kaum wanita merupakan sebuah keharusan. Berbagai sepatu, boots, sandal, flat shoes dengan trend unik dan cantik banyak bermunculan seperti sepatu model gaya princess memang sekarang menjadi trend 2017, yang biasanya banyak digunakan oleh kalangan wanita untuk pergi ke acara pesta. Namun untuk sepatu harian atau acara santai biasanya banyak digunakan cenderung ke model casual dimana bagian ujung seperti tampak tumpul dan berhak rendah.

Konsumen cenderung sangat memperhatikan penampilannya khususnya soal sepatu. Kebanyakan dari mereka menggunakan sepatu yang modelnya berbeda dan unik, dengan berbagai macam model seperti: *gladiator* (dengan ikatan tali sampai atas), *flat shoes* (yang simple dan nyaman dipakai), Sepatu Formal (yang bisa digunakan ke kantor atau acara resmi), casual (yang bisa digunakan pada saat jalan), *wedges* (yang digunakan untuk santai), *slipon sneakers* (yang digunakan untuk traveling karena lebih nyaman), *sneakers* (yang digunakan remaja dengan *wedges* didalam sepatu yang tidak terlihat dari luar), *Boots* (yang digunakan pada saat udara dingin tetapi lebih banyak remaja sekarang yang bisa membuat *boots* menjadi fashion yang cukup digemari di Indonesia.

Banyak sekali terobosan baru membuat sepatu sangat diminati banyak kalangan terutama para remaja. Sepatu sebagai salah satu *trend* sepatu di dunia memberikan kesan *stylist* pada siapa saja yang memakainya. Dilihat dari faktor kenyamanan si pemakai, sepatu memberikan tingkat kenyamanan yang tinggi, Saat kita mengenakan sepatu kaki kita lebih terlihat cantik dan tergantung dari penggunaan dan tujuan konsumen membeli sepatu tersebut. Beragamnya model sepatu saat ini telah membuat konsumen sedikit banyak mempunyai keinginan untuk membeli sepatu. “NINE WEST” adalah salah satu merek yang saat ini sedang trend dikalangan anak muda dan dewasa. Seiring dengan kemajuan teknologi, dunia bisnis saat ini mengalami perubahan yang begitu cepat, konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks.

Pentingnya memahami perilaku konsumen pada akhirnya telah menjadi perhatian berbagai macam industri sepatu. Keputusan pembelian terhadap sepatu ini dipengaruhi oleh tersedianya berbagai macam pilihan sepatu (model) dan kualitasnya yang beragam. Setiap perusahaan selalu dituntut untuk merancang strategi pemasaran seperti kualitas produk, harga dan promosi beragam yang berorientasi pada konsumen. Melalui strategi pemasaran yang tepat, hal ini akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen yang pada akhirnya nanti akan menjadikan perusahaan tersebut berhasil mencapai tujuan yang diharapkan.

Perusahaan yang mampu bertahan pada persaingan adalah perusahaan yang bisa mengetahui perilaku konsumen dengan baik sehingga mampu menciptakan produk yang diminati konsumen. Perusahaan harus meyakinkan konsumen bahwa produk tersebut diciptakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan memberikan kualitas maksimal. Nine west selalu menjaga kualitas bahan baku sepatu yang di pilih sesuai kebutuhan konsumen dengan cara mengetahui setiap masukan dari pelanggan yang memutuskan pembelian. Berikut ini akan ditampilkan data quantity penjualan produk Nine West Pondok Indah Mall 2.

**Tabel 1.1**

**Daftar tabel perbandingan quantity penjualan tahun 2014,2015 dan 2016**

SHOP	MONTH	QUANTITY		Plus	QUANTITY		Plus
		2014	2015	Minus	2015	2016	Minus
<b>Total</b>		<b>5,707</b>	<b>5,045</b>	<b>-662</b>	<b>5,045</b>	<b>4,772</b>	<b>-273</b>
<b>Nine West</b>	<b>JANUARY</b>	456	437	(19)	437	484	47
<b>Pondok Indah Mall 2</b>	<b>FEBRUARY</b>	323	358	35	358	218	(140)
	<b>MARCH</b>	403	347	(56)	347	131	(216)
	<b>APRIL</b>	353	376	23	376	326	(50)
	<b>MAY</b>	437	387	(50)	387	377	(10)
	<b>JUNE</b>	457	365	(92)	365	612	247
	<b>JULY</b>	730	474	(256)	474	611	137
	<b>AUGUST</b>	573	481	(92)	481	380	(101)
	<b>SEPTEMBER</b>	400	340	(60)	340	380	40
	<b>OCTOBER</b>	427	499	72	499	505	6
	<b>NOVEMBER</b>	521	416	(105)	416	285	(131)
	<b>DECEMBER</b>	627	565	(62)	565	463	(102)

Sumber Data dari produk Nine West Pondok Indah Mall 2 tahun 2017

Dari tabel 1.1 Diatas terlihat terjadi kenaikan penjualan pada produk Nine West Pondok Indah Mall 2 ditahun 2014 dengan jumlah quantity sebanyak 5,707 dan ditahun 2015 mengalami banyak penurunan pembelian

dengan jumlah quantity 5,045, selisih dari kedua tahun tersebut sebanyak (-662). Sedangkan pada tahun 2015 produk Nine West mengalami kenaikan penjualan dengan jumlah quantity 5,045 dan ditahun 2016 mengalami banyak penurunan dengan jumlah quantity 4,772, selisih dari kedua tahun tersebut sebanyak (-273). Dapat disimpulkan bahwa ditahun 2014-2015 mengalami penurunan yang sangat signifikan dan ditahun 2015-2016 mengalami penurunan yang tidak terlalu signifikan dengan adanya persaingan di dalam bisnis maka menuntut produk Nine west untuk tetap menjadi pilihan utama konsumen dalam membeli. Penurunan penjualan yang diikuti jumlah pengunjung dan transaksi ini jelas membuat risau pihak manajemen Nine west, tentunya hal ini akan menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Permasalahan yang terjadi pada produk Nine West tak lepas dari keputusan pembelian konsumen atau calon konsumen.

Selain dikarenakan produk Nine West yang memiliki keunggulan, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda-beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri) dari latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman belajar serta pengaruh lingkungannya. Pada masa sekarang, dengan daya beli mayoritas konsumen yang semakin rendah, penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena semakin kritis dan selektif untuk melakukan keputusan pembelian (Tandjung 2011).

Variasi yang ditawarkan oleh Nine West dapat dikatakan seimbang dengan produk yang didapatkan konsumen. Harga produk Nine West relatif

lebih mahal, disebabkan sepatu Nine west di produksi menggunakan bahan yang sangat berkualitas, terbuat dari bahan *leather* (kulit sapi yang lebih lentur dengan mengikuti kaki pada saat dipakai), Desain yang begitu elegan membuat sepatu Nine West terlihat lebih mewah produk sepatu Nine West ini berbanding lurus dengan apa yang didapatkan oleh konsumen yang membeli, konsumen beranggapan bahwa dengan membeli produk Nine west yang mahal, mewah, populer dan terbaru sebagai perkembangan gaya hidup (Hermawan 2011).

Pentingnya kualitas produk merupakan hal yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas merupakan syarat utama diterimanya suatu produk di pasar. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut mampu memenuhi harapan pelanggan. Berbagai usaha ditempuh perusahaan untuk menghasilkan produk yang berkualitas, antara lain dengan menerapkan kontrol yang ketat pada setiap proses mulai dari penyiapan bahan baku sampai penyimpanan produk jadi, konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas. Dapat dikatakan pelanggan dalam membeli sekumpulan atribut fisiknya saja tetapi lebih dari itu, pelanggan tersebut membayar sesuatu yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan untuk memutuskan pembelian. (Kotler dan Armstrong 2011).

Promosi dilakukan agar konsumen yakin dan bersedia menjadi langganan perusahaan dengan mencoba dan memahami terlebih dahulu

barang yang di produksi perusahaan dapat menyusun kebijakan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli pesaingnya. Promosi juga dengan cara mengkomunikasikan informasi antara penjual dan pembeli potensial atau orang lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku. Dapat dikatakan bahwa promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga, dan tempat perusahaan (Swastha dan Sukotjo,2011) .

Berdasarkan Fenomena yang terjadi di lapangan konsumen mengeluhkan harga yang terlalu mahal, jika dibandingkan dengan harga para pesaing. Namun kualitas produk sepatu Nine West memiliki beberapa kelebihan diantaranya berbahan kulit asli, sangat awet, dalam jangka waktu panjang, dan memiliki tingkat kenyamanan berstandar internasional. Disamping itu produk Nine West selalu memberikan Promosi menarik disetiap acara hari besar misalnya, memberikan cicilan 0% 3 bulan yang bekerja sama dengan bank tertentu minimal pembelian Rp 500,000; produk new arrivals memberikan penawaran disc 20% dalam jangka waktu long weekend, konsumen yang memiliki kartu member MAP CLUB yang berbelanja akan mendapatkan point dan akan dikumpulkan, benefit yang ditawarkan yaitu jika point MAP CLUB min RP 100,000; akan bisa digunakan untuk pemotongan pembelian.



Disamping fenomena masalah diatas ada perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Doni Hariadi (2013) yang mengatakan bahwa kualitas produk, harga dan promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Demikian juga dengan penelitian yang dilakukan Andrianto dan idris(2013) yang mengatakan bahwa kualitas produk,citra merek,harga dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan penelitian yang dilakukan oleh Jackson R.S Weenas (2013) mengatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh, harga berpengaruh dan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena masalah diatas dan adanya perbedaan hasil penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Nine West Pondok Indah Mall 2.

## 1.2 Perumusan Masalah

Untuk mencapai tujuan penelitian, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Nine West Pondok Indah Mall 2* ?
2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Nine west Pondok Indah Mall 2* ?

3. Apakah terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* Pondok Indah Mall 2 ?
4. Apakah terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* Pondok Indah Mall 2 ?

### **1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* Pondok Indah mall 2.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* Pondok Indah Mall 2.
3. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* pondok Indah Mall 2.
4. Untuk mengetahui harga, kualitas produk dan promosi Terhadap keputusan pembelian produk *Nine West* Pondok Indah Mall 2.

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Pembaca

Untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dibidang pemasaran khususnya yang terkait tentang keputusan pembelian, baik untuk mahasiswa yang membutuhkan bahan acuan untuk penelitian yang sejenis maupun bagi umum.



## 2. Bagi Perusahaan

a) Dapat dijadikan masukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk harga dan promosi dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b) Membantu manajemen perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

## 3. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan penulis dalam teori dan kenyataanya dalam praktek. Dalam teori berarti penguasaan dan penghayatan penulis terhadap pengetahuan yang diperoleh dan dipelajari selama penelitian tugas akhir skripsi dalam praktek berarti akan menambah pengetahuan penulis dalam kegiatan perusahaan yang sebenarnya.

