

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, banyak perusahaan dalam bidang yang sejenis berlomba-lomba masuk kedalam pasar, sehingga menimbulkan persaingan bisnis antar perusahaan yang sejenis. Semakin tingginya tingkat persaingan di pasaran, maka perusahaan dituntut untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan juga harus memikirkan bahwa apa saja yang menjadi kebutuhan konsumen tersebut tidak hanya untuk hari ini, tetapi juga dapat digunakan untuk masa mendatang. Menurut Primananda (2010) menyatakan bahwa semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat menyebabkan timbulnya perusahaan-perusahaan baru dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dimana setiap perusahaan menawarkan keunggulan-keunggulan dari produk yang dihasilkannya. Perusahaan harus lebih cermat dalam mengamati kebutuhan dan keinginan konsumen dalam rangka untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan sehingga semakin siap menghadapi pasar.

Perusahaan juga dituntut untuk dapat menarik hati konsumen dan mencapai kepuasan konsumen dengan tetap konsisten pada tujuan utamanya yaitu untuk meningkatkan laba dan volume penjualan, sehingga perusahaan perlu melakukan kegiatan pemasaran.

Seiring dengan bertambahnya pengguna internet di Kota Surabaya menjadi peluang bagi pengusaha dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Banyak perusahaan yang berlomba-lomba menarik hati konsumen dalam melakukan pembelian dengan internet atau secara *online*. Melihat suatu keadaan persaingan yang sangat ketat yang terjadi pada perusahaan sejenis, perlu adanya upaya yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan agar sukses dalam persaingan

adalah menarik pembelian konsumen dari berbagai segmen dengan cara pemberian harga promosi atau diskon, *cashback*, atau kegiatan promosi lainnya, serta kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi konsumen dan menarik hati untuk melakukan pembelian.

Kualitas pelayanan merupakan hal utama yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2012) menyatakan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi konsumen. Pelayanan dapat dikatakan baik atau berkualitas apabila pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat memuaskan para konsumen. Jika konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka tidak menutup kemungkinan bahwa konsumen akan loyal terhadap perusahaan.

Harga merupakan pertimbangan yang penting bagi konsumen. Harga dari suatu barang akan dapat menentukan kualitas dari barang tersebut. Hal ini terlihat bahwa barang yang mempunyai harga mahal dapat menunjukkan bahwa kualitas barang tersebut lebih baik. Menurut Kartono (2007) menyatakan bahwa keunikan produk adalah *supplier* yang memproduksi produk yang sangat spesifik agar perusahaan memiliki posisi tawar yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang produknya merupakan produk komoditas. Suatu barang dengan harga yang mahal juga menunjukkan bahwa barang tersebut memiliki ciri khas yang membedakan dengan barang lainnya yang sejenis.

Promosi merupakan aktivitas terpenting dalam kegiatan pemasaran. Menurut (Phillip Kotler & Armstrong, 2012) menyatakan bahwa promosi artinya aktivitas yang mengkomunikasikan manfaat produk dan membujuk konsumen sasaran untuk membelinya. Promosi harus dilakukan oleh perusahaan karena untuk mengenalkan produknya kepada konsumen, setinggi apapun kualitas produk tetapi apabila konsumen belum pernah mendengar

dan tidak akan mengetahui tentang produk tersebut maka konsumen tidak akan pernah membelinya.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ialah gaya hidup. Gaya hidup dapat diukur dari aktivitas (*activity*), minat (*interest*) dan opini (*opinion*) (Phillip Kotler & Armstrong, 2012). Perubahan gaya hidup kerap kali mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusan konsumsi seperti menentukan kebutuhan dan keinginannya (Laila & Sudarwanto, 2018). Beberapa penelitian menunjukkan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian hijab pada Elzatta Kawi Malang (Putri & Permatasari, 2018), pada Batik Unggul Jaya di Pekalongan (Amri & Prihandono, 2019), dan pada Batik di Pasar Grosir Setono Pekalongan (Rosif et al., 2015). Sedangkan hasil penelitian di Mississippi Manado Town Square pada produk pakaian wanita menunjukkan bahwa dalam mengambil keputusan pembelian konsumen tidak dipengaruhi oleh gaya hidupnya (Umboh et al., 2015).

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ialah daya beli konsumen. Daya beli konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak hal seperti, pendapatan, gaya hidup dll. Pembelian merupakan tindakan seorang konsumen dalam memilih suatu produk dengan segala perkembangan yang ada. Menurut Philip Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa karakteristik pembeli dan proses pengambilan keputusannya akan menimbulkan keputusan pembelian. Akan tetapi keputusan pembelian konsumen bukan merupakan tujuan akhir dari perusahaan untuk menjaring konsumen, melainkan perusahaan harus dapat memastikan bahwa konsumen tersebut akan memilih produknya dan akan tetap loyal pada produk yang ditawarkan tersebut.

Sebagian dari banyaknya industri yang ikut serta pada sektor gaya saat periode ini organisasi clothing dan distro. Di Mojokerto sendiri sudah banyak berdiri usaha clothing company baik dijual secara *offline* dan *online*. Salah satu usaha clothing company di daerah Pungging ialah WW Collection. Clothing company WW Collection ini menawarkan berbagai macam busana wanita dan pria mulai gamis, dress, kaos, celana hingga mukenah dan baju koko. Banyak reseller yang membeli barang di WW Collection untuk dijual kembali karena kualitas pelayanan yang baik dan harga yang ditawarkan masuk akal dengan pemasaran yang tepat.

Di masa saat ini perubahan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif yang selalu mengikuti tren terutama dibidang fashion membuat produsen dan penjual pakaian berlomba-lomba menjual pakaian dengan desain terbaru yang menarik dengan harga murah hal ini membuat persaingan bisnis di bidang fashion lebih ketat. Karena tren busana yang terus berkembang maka WW Collection harus selalu mengikuti desain busana agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya. Tidak hanya mementingkan desain produk saja untuk meningkatkan jumlah penjualan WW Collection juga harus meningkatkan kualitas pelayanan agar konsumen puas, hal ini dikarenakan konsumen selalu menyukai pedagang yang ramah selain itu diperlukan strategi promosi yang tepat agar barang yang dijual dapat di terima diberbagai kalangan masyarakat. Dalam hal ini WW Collection harus memperhatikan daya beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas maka dapat dilakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, Harga, Gaya Hidup, dan Daya Beli terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Studi Kasus WW Collection.”

## **1.2.Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?
4. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?
5. Apakah daya beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?
6. Apakah kualitas pelayanan, promosi, harga, gaya hidup, dan daya beli berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian pada WW Collection?

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Secara umum penelitian bertujuan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji sesuatu pendapat yang benar dan nyata pada objek yang diteliti. Namun secara spesifikasi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian konsumen pada WW Collection
2. Untuk mengetahui pengaruh Digital Marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada WW Collection
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada WW Collection
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen pada WW Collection
5. Untuk mengetahui pengaruh daya beli terhadap keputusan pembelian konsumen pada WW Collection

6. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, Digital Marketing, harga, gaya hidup, dan Daya Beli terhadap pembelian konsumen secara bersamaan pada WW Collection

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang membacanya, maupun pihak yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Bagi Akademis Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan yang lebih luas tentang perilaku konsumen dan sistem yang terdapat dalam manajemen pemasaran. , khususnya tentang pengaruh Kualitas Pelayanan, Digital Marketing.
- b. Bagi Perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk membantu pihak manajemen dalam meningkatkan pengendalian internal terhadap peningkatan volume penjualan, serta memberikan masukan atau rekomendasi kepada pihak manajemen terhadap pengendalian internal yang sudah diterapkan.