

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Sektor perdagangan kini tengah mengalami persaingan ketat. Terlebih lagi terdapatnya kemunculan teknologi yang semakin hari semakin maju membuat dunia seolah tanpa batas. Persaingan dalam berdagang menjadi hal wajar untuk menarik minat konsumen.

Promosi yang efektif, citra merek yang baik, serta kompetitifnya harga dibanding harga yang ditawarkan kompetitor mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian produk.

Dunia fashion sendiri bertambah ramai dan muncul merek-merek baru dengan keunikan desain masing-masing yang diekspresikan dalam bentuk kaos. Salah satu kaos yang dilirik oleh banyak anak muda di antaranya yaitu kaos distro.

Kaos kalaresa merupakan merek kaos yang memiliki warna tersendiri dengan produk kaos kata-kata dan desain berbeda dari kaos merek lainnya, saat ini pelanggannya sudah dari beragam kalangan baik pria maupun wanita dengan usia 20 tahun keatas. Adanya peluang membuat banyak bermunculan kompetitor untuk dapat merebut perhatian konsumen. Maka diperlukan strategi dalam menjalankannya agar kaos kalaresa dapat bertahan, berkembang dan meluas.

Fandy Tjiptono (2000;6) memberikan definisi komprehensif dari strategi pemasaran yakni manajemen yang disusun guna mempercepat dalam memecahkan permasalahan terkait pemasaran serta mengambil keputusan-

keputusan yang sifatnya strategis. Keputusan ini dapat dipertimbangkan dari berbagai faktor yang memengaruhi keputusan pembelian Kaos Kalaresa.

Definisi promosi sesuai pemaparan dari *Zimmerer (2002)* yakni bermacam bentuk komunikasi persuasi yang disusun guna memberikan informasi kepada pelanggan mengenai jasa atau produk serta bertujuan mempengaruhinya supaya membeli jasa atau barang tersebut dimana ini mencakup periklanan, penjualan perorangan, dan publisitas. Promosi Penjualan merupakan bagian penting dalam keberhasilan penjualan Kaos Kalaresa.

Harga diartikan sebagai total uang yang dijadikan pembebanan atas jasa maupun produk atau banyaknya nilai yang konsumen tukarkan untuk berbagai manfaat sebab mempergunakan atau mempunyai jasa maupun produk (Kotler dan Armstrong, 2010:314). Sehingga, penting untuk memberikan harga yang terjangkau bagi konsumen.

Aaker dan Biel (1993) memaparkan bahwa citra merek yakni penilaian konsumen atas suatu merek dalam suatu pasar. Penilaian ini bisa terbentuk dari hasil mendengar reputasi merek tersebut dari media atau orang lain maupun berdasar pengalamannya sendiri. Semakin baik suatu produk terdengar dilingkungan masyarakat tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian mengacu pada pemaparan dari Assauri (2010;141) yakni pengambilan keputusan akan pembelian, dimana ini meliputi menentukan sesuatu yang hendak dibeli atautkah tidak serta pengambilan keputusan terkait penentuan ini didasarkan dari hasil yang didapatnya dari berbagai aktivitas sebelumnya.

Dari uraian diatas penulis menjadikan “Pengaruh Promosi Penjualan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Kalaresa Di Surabaya” sebagai judul penelitian ini.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasar pemaparan latar belakang, maka dirumuskan permasalahan penelitian yakni:

1. Apakah promosi penjualan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kaos Kalaresa ?
2. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kaos Kalaresa ?
3. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kaos Kalaresa ?
4. Apakah promosi penjualan, harga, dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kaos Kalaresa ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian yang bisa dijabarkan berdasarkan rumusan permasalahan, yakni:

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan secara parsial terhadap keputusan pembelian Kaos Kalaresa
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian Kaos Kalaresa
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian Kaos Kalaresa

4. Untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan, harga dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian Kaos Kalaresa

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Secara sederhana dijabarkan manfaat dari hasil penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Akademis

Mengaplikasikan teori serta tambahan pengetahuan terkait Promosi penjualan, harga dan meningkatkan citra merek yang baik.

2. Aspek Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Bisa dijadikan referensi untuk peneliti lainnya yang di masa mendatang hendak meneliti terkait topik yang sama.

3. Manfaat Praktis

Bisa dijadikan bahan pertimbangan serta masukan untuk manajemen kaos kalaresa supaya bisa berupaya dalam meningkatkan promosi penjualan, harga dan citra merek sehingga konsumen melakukan pembelian jasa atau produk.