

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Retail penyumbang kontribusi besar pada kemajuan perekonomian di Indonesia. Bidang industri retail saat ini telah mengalami peningkatan yang mengakibatkan terjadinya persaingan tinggi. Hal tersebut mengharuskan para pelaku usaha lebih *care* dan kritis terhadap perubahan *style*, social budaya dan grafik ekonomi. ketentuan yang harus terlaksanakan bagi perusahaan agar menang pada persaingan yaitu dengan mengupayakan, mempertahankan konsumen yang ada. Demi tercapainya tujuan, perusahaan dituntut mampu untuk memproduksi dan menyediakan produk yang diharapkan oleh pelanggan, kewajaran pemberian harga dan ketahanan produk berkualitas. Meningkatkan volume penjualan dimulai dengan membuat produk yang memiliki khas, yang bisa menjadi pembeda dengan produk lain, sehingga konsumen tertarik dan melakukan keputusan pembelian. Pendekatan yang dilakukan yaitu perusahaan memastikan bahwa produknya dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumennya.

Suatu usaha rata – rata menginginkan produk yang mereka buat dapat dikenal luas kepasar dan mendapatkan keuntungan yang diharapkan. Dalam dunia bisnis terdapat dinamika persaingan yang menuntut pelaku usaha dapat menyusun strategi yang berbeda guna memenangkan pasar dan memenuhi keinginan konsumennya. Waktu dilapangan konsumen bebas memilih merek atau produk yang mereka inginkan, karena dirinya yang berhak mengambil keputusan pembelian. Kriteria dibedakan saat konsumen membeli produk tertentu seperti sesuai dengan prefensinya, kebutuhannya dan daya beli. Keberhasilan produk

dapat dikategorikan meliputi memenuhi kebutuhan, kesenangan, kepuasan dan harapan konsumen. Artinya konsumen dapat mudah berpindah – pindah ke produk lain setelah merasakan produk yang dibelinya.

Karena meningkatnya permintaan kebutuhan pada masyarakat terhadap minat beli suatu produk. Peluang itulah yang seharusnya perusahaan bisa mengambil kesempatan untuk memperbanyak penjualan. *Style* seseorang dalam berpakaian tidak terpisahkan sebagai gaya menghiasi tubuh dan menyampaikan ciri khas pribadi seseorang. Gaya hidup ini menciptakan peluang untuk para pengusaha membuka tempat berbelanja berskala besar, sehingga para investor cepat untuk menempatkan sahamnya ke perusahaan tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan meningkatnya industri *garmen* di Kota Surabaya.

Gaya hidup masyarakat modern saat ini cenderung mengikuti *trend* dan perkembangan zaman yang disebabkan kemajuan teknologi *social media*. Keadaan seperti ini itulah, mengapa produsen menciptakan produk yang bisa berperan di kehidupan konsumenn saat ini. Pemilihan produk yang memiliki merek terkenal merupakan konsumsi masyarakat modern seperti pakaian *branded*, tas, dompet dan aksesoris.

Menurut Rhenald Kasali., (2016:65) keputusan pembelian merupakan pilihan pelanggan mengenai merek dan preferensi produk atau layanan yang mempertimbangkan faktor kualitas, harga, layanan dan promosi.

Menurut Sopiah., (2018:67) Keputusan pembelian yaitu proses integrasi yang memvariasikan karakter wawasan guna evaluasi pada 2 alternatif. Pembelian merupakan tanggapan individu dalam pemilihan satu dari beberapa alternatif.

Menurut Kotler dan Gary., (2017:88) faktor utama yang mempengaruhi calon pembelian yaitu harga. Harga merupakan nilai yang dibebankan kepada pembeli berdasarkan produk atau layanan yang dibelinya. Harga menjadi dasar utama dalam pengambilan keputusan bagi calon pembeli, karena rata – rata konsumen menginginkan nilai yang diharapkan dan dapat terima.

Menurut Kotler dan Gary., (2017:101) faktor lainnya yang bisa mempercepat keputusan pada calon pembeli yaitu ketahanan kualitas produk. Kualitas merupakan ketahanan produk untuk melakukan fungsinya. Kualitas produk berkaitan apabila produk atau layanan tersebut dapat memenuhi harapan konsumennya.

Faktor yang mempengaruhi keputusan kepada calon pembeli adalah harga yang ditawarkan dan kualitas yang diberikan, tak ketinggalan juga promosi. Promosi merupakan alat untuk memikat calon konsumen guna segera membeli produk atau layanan kita jual. Peranan periklanan terhadap produk dalam meningkatkan volume penjualan ialah strategi efektif untuk melawan persaingan yang semakin ketat. Pada dasarnya promosi merupakan bentuk membujuk atau mempengaruhi untuk mendorong konsumen membeli produk atau layanan .

Menurut Sulakshana., (2018:77) kebanyakan perusahaan menggunakan teknik promosi agar para calon pembelinya terpicat dengan cepat dalam melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Sogo Department Store Tunjungan Plaza Surabaya menawarkan banyak produk terbaik untuk wanita, pria dan anak – anak, guna memenuhi keinginan masyarakat modern yang berkemauan tampil lebih *stylish*. Toko *Sogo Department Store* sudah lama berdiri dan dikenal menjual produk – produk bermerek *branded*. Kualitas dan merek produk yang ditawarkan mampu memenuhi harapan

konsumen, apalagi harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan toko sebelah. Toko *Sogo Department Store* telah mengusahakan dalam memberikan pelayanan yang terbaik untuk calon pembelinya dengan memikirkan seperti penetapan harga, kualitas produk dan memberikan informasi yang jelas dan detail setiap produk yang akan dibeli.

Berikut ini merupakan sejumlah data penjualan di Toko *SOGO Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya pada tahun 2020.

Tabel 1.1 Data Jumlah Penjualan Tahun 2020

NO	Bulan	Total Data Penjualan
1	Januari	226.232.000
2	Februari	206.887.001
3	Maret	200.342.002
4	April	144.898.002
5	Mei	134.783.003
6	Juni	123.098.467
7	July	110.44.897
8	Agustus	102.778.788
9	September	97.838.003
10	Oktober	87.087.467
11	November	77.087.378
12	Desember	56.877.234

Sumber : Data penjualan produk pada tahun 2020.

Diketahui data penjualan pada Tahun 2020 dari Bulan Februari sampai Desember mengalami naik turun. Pada awal bulan penjualan mengalami peningkatan sebesar 226.232.000, tetapi pada pertengahan bulan mengalami penurunan menjadi 101.441.897. sampai akhir bulan pun penjualan tidak mengalami peningkatan. Penurunan penjualan yang sangat *ekstrim* pada pertengahan bulan disebabkan oleh dampak dari pandemi Covid-19, yang membuat seluruh kota yang ada di Indonesia melakukan *Lockdown* yaitu larangan atau membatasi pergerakan aktivitas keluar rumah.

Permasalahan yang ditemui oleh peneliti yang sangat mencolok yaitu penurunan penjualan di Tahun 2020 dari awal bulan sampai akhir bulan. Alasan peneliti melakukan penelitian di Toko SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya yaitu ingin menganalisa pemberian harga, kualitas produk yang diberikan, strategi promosi apa saja yang dilakukan guna meningkatkan daya beli konsumen dan pelanggan setia Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Berdasarkan permasalahan itu yang membuat peneliti tertarik untuk membuat judul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada SOGO *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana harga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya?
2. Bagaimana kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya?
3. Bagaimana promosi penjualan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya?
4. Bagaimana harga, kualitas produk dan promosi penjualan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk melihat bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.
2. Untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Sogo *Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.

3. Untuk melihat bagaimana pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada *Sogo Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.
4. Untuk melihat bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada *Sogo Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Untuk acuan dan mengevaluasi bagi perusahaan *Sogo Department Store* Tunjungan Plaza Surabaya. Bagaimana pengaruh pemberian harga kepada konsumen, pemberian kualitas produk yang baik kepada konsumen, strategi apa yang baik untuk penjualan dalam waktu tertentu terhadap minat daya konsumen kepada produk *Sogo Department Store*. Pada dasarnya akan berguna untuk perusahaan pada jangka lama dan penginformasian yang didapat bisa menjadi tolak ukur strategi dalam memperbanyak penjualan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian di Toko *SOGO Department Store* dapat menambah pengetahuan serta wawasan peneliti dalam memberikan kontribusi dibidang ilmu manajemen, tentunya yang berhubungan dengan harga, kualitas produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.