

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Dalam sejarah perkembangannya fashion di Indonesia saat ini berkembang pesat terutama perkembangan pakaian. Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat. Dengan berkembangnya trend fashion dapat membuat semua orang ingin terlihat lebih modis terutama wanita. Fashion itu sendiri memiliki banyak arti, seperti yang dikemukakan (Solomon (2021) dalam bukunya '*Consumer Behaviour: European Perspective*' fashion adalah proses penyebaran sosial dimana sebuah gaya mengacu pada kombinasi beberapa atribut.

Kebiasaan masyarakat Indonesia yang selalu mengikuti sesuatu kecenderungan, jika konsumen bisa masuk dalam kecenderungan umum maka berarti ia termasuk golongan yang selalu mengikuti mode atau tren. Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan fashion dalam kaitannya dengan bagaimana orang mengkomunikasikan nilai, status kepribadian, identitas, dan perasaan kepada manusia

Fashion sering disinonimkan dengan busana, padahal pengertian sesungguhnya fashion bisa mencakup segala sesuatu yang berkaitan dengan style maupun dress. Menurut (Febi & Ilyasari, 2022) busana adalah suatu bentuk mengekspresikan diri sebagai identitas individu. Namun seiring perkembangan zaman, fungsi busana

sedikit mengalami pergeseran yaitu tidak hanya sebagai perlindungan tubuh dari alam akan tetapi untuk menyalurkan ekspresi seni dari perancangannya.

Boutique adalah toko pakaian yang menjual pakaian modern, sesuai dengan mode mutakhir dengan segala kelengkapan busana terutama wanita. Peningkatan akan adanya boutique dijamin semodern ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis, sehingga menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.

Sejarah perkembangan fashion di Indonesia saat ini berkembang pesat terutama perkembangan pakaian. Menurut pendapat (Fajar Arianto, 2018) trend dapat berubah dengan cepat, seiring berjalannya waktu. Fashion merupakan istilah yang akrab dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang sedang tren dalam masyarakat. Fashion merupakan satu dari tiga besar kelompok industri kreatif penyumbang Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) serta berkontribusi pada perekonomian nasional sebanyak 18,01 persen (Munaf, 2018). Fashion sebagai ekspresi diri dan komunikasi dari pemakainya memberikan implikasi bagi penggunaan fashion.

Mengenai keputusan pembelian yang merupakan tahap dimana dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen. Menurut (SastroAtmodjo, 2021) keputusan pembelian yaitu proses emosional dan mental seseorang dalam membeli, memilih, menggunakan barang serta jasa untuk memenuhi keinginan. Keputusan pembelian merupakan urutan proses terkait dari beberapa kegiatan pada saat memuaskan keinginan serta kebutuhannya dalam mencari sampai membeli yang

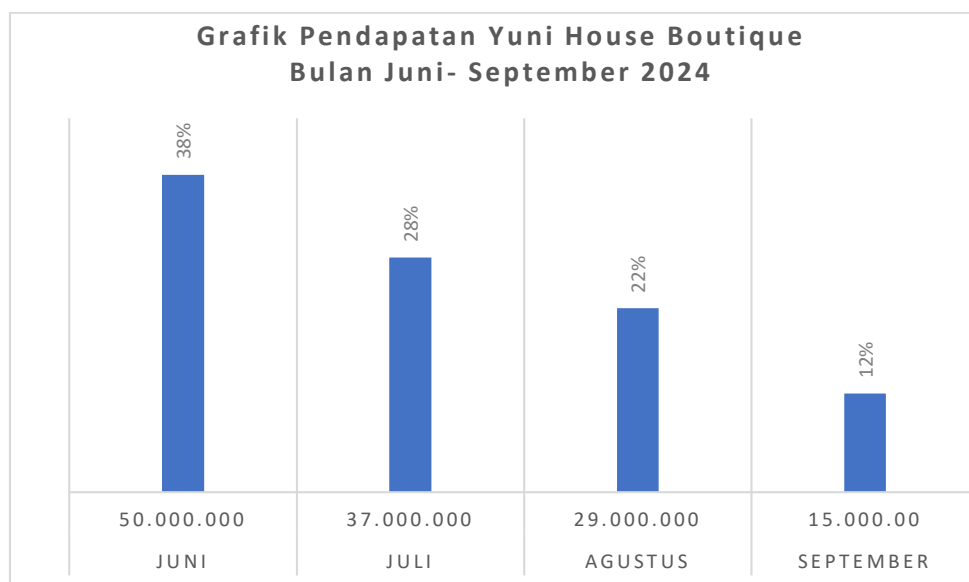
menggunakan hingga mengevaluasi barang yang telah dimilikinya (Purboyo et al., 2021).

Program diskon merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan sebagai sarana untuk mempengaruhi keputusan pembelian, dan juga diharapkan dapat memberi dampak positif bagi perusahaan. Diskon adalah pengurangan dari harga pembelian selama periode waktu yang ditetapkan (Kusnawan et al., 2021). Menurut (Baskara 2018) diskon adalah suatu strategi pengurangan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan dari harga yang sudah ditetapkan, strategi tersebut dilakukan demi menciptakan impulse buying untuk meningkatkan penjualan produk. Hal ini dibuktikan pada penelitian Menurut (Andi Rusni & Ahmad Solihin, 2022) menyatakan bahwa diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian impulsif pada mahasiswa prodi teknik informatika Universitas Teknologi Sumbawa.

Selain faktor diskon, variabel minat beli juga merupakan penentu seseorang dalam menentukan keputusan pembelian. Minat beli merupakan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan pembelian furnitur benar-benar dilakukan (Yusuf, Che Hussin, 2018). Minat beli merujuk pada kecenderungan responden untuk mengambil tindakan sebelum mereka melakukan keputusan akhir dalam pembelian furnitur. Hal ini Diperkuat Menurut (Endhar Widjaya Putra, Srikandi Kumadji, 2016) minat beli memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Study kasus pada konsumen yang membeli produk diskon dimatahari departmen store pasar malang), dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minat beli terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi yang berada di Jl. H. Adam Malik, Thehok, Kec. Jambi Sel. Kota Jambi. Dimana asal mula boutique ini yaitu hasil rintisan ownernya yang bernama Sri Wahyuni sejak tahun 2004. Usaha boutique ini menyediakan berbagai macam kebutuhan wanita, mulai dari baju, celana, tas, dll. Dalam penelitian ini peneliti mengungkapkan bagaimana seseorang konsumen melakukan keputusan pembelian ditinjau dari diskon dan niat beli, sehingga konsumen dapat menentukan keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan pembelian.

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh peneliti dengan wawancara kepada pemilik boutique, bahwa omzet penjualan mengalami ketidakstabilan di bulan september yang biasanya omzet penjualan berkisar Rp.50.000.000 perbulan sedangkan sekarang mengalami penurunan yang tidak stabil angkanya.



Berdasarkan data di atas terjadinya penurunan bahwa omzet penjualan mengalami ketidakstabilan. Hal ini difaktorkan adanya permasalahan yang harusnya perusahaan mampu memberikan program diskon yang bervariasi untuk

menimbulkan keputusan pembelian konsumen sehingga konsumen lebih tertarik membeli produk tersebut dibandingkan produk pesaing. Maka dari itu dalam mendukung kegiatan pemasaran menjadi lebih baik, seharusnya pihak perusahaan melakukan program diskon dan minat beli agar konsumen tertarik melakukan keputusan pembelian. Sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja pemasaran dan omzet penjualan yang lebih meningkat

Berdasarkan rumusan yang dijelaskan diatas maka peneliti ini menarik judul yaitu “Pengaruh diskon dan minat beli terhadap keputusan pembelian yuni house boutique beringin kota jambi” sebagai faktor yang akan diteliti.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka yang akan menjadi masalah pokok penelitian ini adalah :

1. Apakah diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi?
2. Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi?
3. Apakah diskon dan minat beli secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yuni House boutique Beringin Kota Jambi?

1.3. BATASAN MASALAH

Penulis memberikan batasan masalah agar pembahasan tidak keluar dari topik yang sedang dibahas sebagai berikut ini :

1. Penelitian ini ditunjukkan kepada konsumen Yuni House Boutique

2. Hanya diskon, minat beli, dan keputusan pembelian yang diteliti dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada produk Yuni House Boutique.
4. Keterbatasan waktu sehingga penelitian mengambil sample pada konsumen Yuni House Boutique.
5. Penelitian ini menggunakan metode survey dan wawancara sebagai alat utama pengumpulan data.
6. Alat untuk melakukan pengukuran pada penelitian ini menggunakan SPSS.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Berikut adalah tujuan penelitian yang penulis lakukan berdasarkan rumusan masalah yang ada yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian di Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian di Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi.
3. Untuk menganalisis pengaruh diskon dan minat beli terhadap keputusan pembelian di Yuni House Boutique Beringin Kota Jambi.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang diperoleh dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut ini :

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini dapat meningkatkan dan memperluas kemampuan dan memberikan pengaruh pengembangan pengetahuan dan

pemahaman terhadap topik yang sudah dilakukan penelitian tersebut. Peneliti mengenai pemahaman terhadap pengaruh program diskon dan minat beli terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Pengusaha

Pemilik Yuni House boutique Beringin Kota Jambi dapat memberikan wacana baru agar semakin berinovasi dalam memasarkan produknya terhadap diskon dan minat beli.

3. Bagi akademik

Dengan adanya penelitian ini dapat menambah wawasan dan memperdalam ilmu pengetahuan serta dapat digunakan sebagai referensi bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika dibuat untuk mempermudah dan mengetahui pembahasan pada penelitian ini secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisannya sebagai berikut.

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang pembahasan pengertian diskon, minat beli dan keputusan pembelian, termasuk juga kedalam rumusan hipotesis. Kemudian hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan juga berisi pengembangan kerangka berpikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan terdiri dari jenis penelitian, variabel, tempat dan waktu, populasi dan sampel penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum objek penelitian dan terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisis secara penjelasan dengan detail.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan masalah yang ada pada penelitian. Sedangkan sarann mencantumkan jalan keluar untuk mengatasi masalah dari kelemahan yang ada.