

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis *retail* di Indonesia baik yang berjenis *mall*, butik, *factory outlet*, *clothing*, *distro* dan lain sebagainya sangat banyak dan mudah dijumpai di mana-mana setiap daerah. Bisnis ini banyak digemari berbagai pihak dikarenakan dengan banyaknya masyarakat memperhatikan dalam berpenampilan yang seiring dengan perkembangan zaman serta dapat memberikan keuntungan yang cukup besar bagi pemilik usaha. Distro sendiri merupakan singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet*. Distro adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris dan distro pada umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang dengan merk independen yang dikembangkan kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massal, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan (Sumber: Wikipedia Bahasa Indonesia)

Pengertian pemasaran bukanlah hanya menjual saja, tetapi secara lebih luas adalah pemenuhan kebutuhan konsumen. Pemasaran adalah suatu strategi yang dilakukan untuk memperkenalkan, mengingatkan dan membujuk masyarakat agar mau membeli barang atau jasa yang ditawarkan dalam usaha untuk memenuhi permintaan yang ada di pasar dan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Selain itu pemasaran juga bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, oleh karena itu dalam pemasaran harus dapat memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tujuan dari pemasaran itu dapat tercapai atau lebih dikenal sebagai konsep pemasaran.

Kegiatan pemasaran pada saat ini bermunculan para pesaing dalam usaha sejenis yang membuat konsumen memiliki pilihan semakin banyak dan memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan sesuai dengan selera dan keinginannya. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010:112), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan untuk membeli dapat mengarah pada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

Keputusan Pembelian dapat di pengaruhi oleh banyak faktor seperti *display* produk dan kualitas pelayanan pegawai terhadap konsumen sehingga dapat membuat konsumen terpengaruh untuk membeli produk yang di tawarkan.

*Display* produk sering juga di sebut dengan *visual merchandising* yang artinya kemampuan untuk melihat dengan mata yang digambarkan dalam pikiran membentuk suatu persepsi dan penilaian tentang produk/sesuatu yang dipromosikan (dijual) dengan cara penataan barang dan juga melakukan promosi yang bertujuan untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk. Menurut Willian J. Schultz dalam Buchari Alma (2009:189) mendefinisikan *display* yaitu usaha mendorong perhatian

dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung (*direct visual appeal*). Menempatkan barang merupakan hal yang penting terutama penempatan barang dalam *windows display*, *interior display* dan *exterior display*. *Display* juga berperan sebagai pembeda bagi pelanggan terhadap antara produk perusahaan dengan produk pesaing dalam suatu industri.

Faktor kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Peranan pegawai sebagai sarana dalam memberikan kemudahan kepada konsumen menjadi semakin penting. Apabila perusahaan menginginkan konsumen merasa puas perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang akan diberikan. Menurut Lupiyoadi (2007:148) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik. Meskipun produk yang ditawarkan telah sesuai dengan selera konsumen, akan tetapi didalam memberikan pelayanan kurang baik akan menyebabkan konsumen kurang terpuaskan. Akibatnya hilang kepercayaan konsumen terhadap produk, motivasi konsumen akan menurun, dan daerah pemasaran akan direbut oleh pesaing.

Distro *Baliank* beralamat di Jl. A. Yani Dalam, Pasar Pagi. No 32, Pangkalpinang berdiri sejak tahun 2009. Pada awal berdirinya Distro *Baliank* melakukan fokus penjualan di pakaian seperti baju, celana, jaket dan lainnya. Dengan semakin meningkatnya daya tarik masyarakat di dunia Fashion, pada awal tahun 2011 Distro *Baliank* mengembangkan usahanya dengan menambahkan produk seperti

sepatu dan sandal, akan tetapi untuk penjualan sepatu dan sandal Distro *Baliank* hanya bertahan sampai tahun 2013 dan kembali fokus ke penjualan pakaian hingga saat ini dengan jumlah pegawai sebanyak 13 orang dengan jam buka dari 08:00 sampai 22:00 WIB. Distro *Baliank* yang selalu mengeluarkan produk terbaru untuk dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian dan sering melakukan diskon barang-barang yang sudah lama agar dengan cepat terjual. Semakin banyak usaha yang bergerak dibidang fashion di kota Pangkalpinang, tentu saja Distro *Baliank* harus dapat bersaing dengan baik dalam semua faktor pemasaran, baik itu dari display produk maupun kualitas dari pelayanannya. Berikut ini daftar harga produk yang di jual pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.

**Tabel 1.1 Daftar Harga Produk yang di jual pada Distro *Baliank* Pangkalpinang**

Produk	Harga
Baju Kaos	Rp. 39.000- Rp. 134.000
Kemeja	Rp. 93.000- Rp. 113.000
Jaket	Rp. 121.000 - Rp. 205.000
Celana	Rp. 113.000 – Rp. 195.000

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa daftar harga produk yang di jual pada Distro *Baliank* Pangkalpinang sangat bervariasi, dimana harga baju kaos Rp. 39.000 – Rp. 134.000, harga kemeja Rp. 93.000 – Rp. 113.000, harga jaket Rp. 121.000 – Rp. 205.000 dan harga celana Rp. 113.000 – Rp. 195.000

Setiap konsumen tentu saja ingin mendapatkan produk yang diinginkan sebelum melakukan pembelian, agar dapat melakukan perbandingan dalam melakukan pengambilan sebuah keputusan produk mana yang akan dipilih. Berikut

ini data pengunjung yang melakukan pembelian pada Distro *Baliangk* Pangkalpinang pada bulan Juli 2016 – Maret 2017.

**Tabel 1.2 Pengunjung Distro *Baliangk* Pangkalpinang pada Bulan Juli 2016 – Maret 2017**

No	Bulan	Pengunjung per Bulan	Rata-rata Pengunjung per Hari
1	Juli	8.492	283
2	Agustus	5.914	197
3	September	7.051	235
4	Oktober	7.174	239
5	November	4.868	162
6	Desember	4.562	152
7	Januari	5.206	174
8	Februari	4.958	165
9	Maret	4.630	154
<b>TOTAL</b>		<b>52.855</b>	<b>1.761</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Pada Tabel 1.2 menunjukkan bahwa jumlah pengunjung pada Distro *Baliangk* Pangkalpinang dengan jam operasional dari jam 08:00 sampai jam 22:00 WIB selalu mengalami naik turun. Pengunjung pada Juli 2016 sebesar 8.492, bulan Agustus 2016 sebesar 5.914, bulan September 2016 sebesar 7.051, bulan Oktober 2016 sebesar 7.174, bulan November 2016 sebesar 4.868, bulan Desember 2016 sebesar 4.562, bulan Januari 2017 sebesar 5.206, bulan Februari 2017 sebesar 4.958, dan bulan Maret 2017 sebesar 4.630.

Banyaknya persaingan membuat konsumen memiliki banyak alternatif pilihan yang memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan produk sesuai dengan selera

yang diinginkan. Berikut ini data penjualan Distro *Baliank* Pangkalpinang pada bulan Juli 2016 - Maret 2017.

**Tabel 1.3 Penjualan Distro *Baliank* Pangkalpinang pada bulan Juli 2016 – Maret 2017**

No	Bulan	Penjualan
1	Juli	8.817
2	Agustus	6.207
3	September	7.328
4	Oktober	7.274
5	November	5.118
6	Desember	4.914
7	Januari	4.994
8	Februari	5.761
9	Maret	5.271
<b>TOTAL</b>		<b>55.684</b>

Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa penjualan Distro *Baliank* Pangkalpinang selalu mengalami naik turun. Penjualan pada Juli 2016 sebesar 8.817, bulan Agustus 2016 sebesar 6.207, bulan September 2016 sebesar 7.328, bulan Oktober 2016 sebesar 7.274, bulan November 2016 sebesar 5.118, bulan Desember 2016 sebesar 4.914, bulan Januari 2017 sebesar 4.994, bulan Februari 2017 sebesar 5.761 dan bulan Maret 2017 sebesar 5.271.

*Window display* dapat menarik konsumen untuk masuk ke dalam toko dan melakukan pembelian setelah menyediakan gambaran visual produk-produk yang ditawarkan pada toko tersebut. Menurut Levy & Weitz (2007:83) mendefinisikan *window display* sebagai komponen penting dari *store layout* yang terletak di luar toko

dan membantu konsumen dalam mendapatkan gambaran umum mengenai toko tersebut. Berikut gambar *window display* Distro *Baliank* Pangkalpinang.

**Gambar 1.1 *Window Display* Distro *Baliank* Pangkalpinang.**



Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa *window display* Distro *Baliank* Pangkalpinang yang sangat kurang menarik, dimana pada bagian depan toko hanya terdapat patung pajangan yang menggunakan pakaian yang sama tanpa adanya menunjukkan kelebihan dari dalam toko tersebut.

*Interior display* merupakan memajangkan barang-barang, gambar-gambar, kartu-kartu harga, poster-poster di dalam toko misalnya di lantai, di meja, di rak-rak dan sebagainya.

**Gambar 1.2 *Interior Display* Distro *Baliank* Pangkalpinang.**



Sumber: Data diolah peneliti, 2017

Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa *interior display* Distro *Baliank* Pangkalpinang yang sangat tidak tertata rapi, dimana pada bagian dalam toko hanya terdapat daftar harga produk, tidak ada papan petunjuk, tidak ada poster-poster serta rak-rak pakaian yang disusun tidak rapi dan pencahayaan didalam Distro *Baliank* sangat kurang.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pra penelitian terhadap beberapa konsumen Distro *Baliank* Pangkalpinang bertujuan untuk mengetahui fenomena atau masalah yang ada pada objek penelitian. Berikut tabel hasil pra penelitian yang dilakukan terhadap 30 orang konsumen Distro *Baliank* Pangkalpinang.

**Tabel 1.4 Hasil Survei Awal terhadap 30 orang Konsumen Distro *Baliank* Pangkalpinang.**

NO	PERTANYAAN	JAWABAN		PERSENTASE (%)	
1	Apakah anda merasa penataan produk Distro <i>Baliank</i> tertata rapi?	Ya	: 8	Ya	: 26,6 %
		Ragu-ragu	: 8	Ragu-ragu	: 26,6 %
		Tidak	: 14	Tidak	: 46,8 %
2	Apakah penempatan produk yang dijual Distro <i>Baliank</i> sudah bagus dan dapat memudahkan anda melihatnya?	Ya	: 4	Ya	: 13,3%
		Ragu-ragu	: 6	Ragu-ragu	: 20 %
		Tidak	: 20	Tidak	: 66,7 %
3	Apakah pelayanan dari pegawai Distro <i>Baliank</i> dapat membantu anda untuk memilih produk?	Ya	: 10	Ya	: 33,3 %
		Ragu-ragu	: 8	Ragu-ragu	: 26,7 %
		Tidak	: 12	Tidak	: 40 %
4	Apakah pelayanan Distro <i>Baliank</i> sudah sesuai dengan harapan anda?	Ya	: 4	Ya	: 13,3 %
		Ragu-ragu	: 3	Ragu-ragu	: 10 %
		Tidak	: 23	Tidak	: 76,7 %
5	Apakah anda merasa puas dengan pelayanan dari pegawai Distro <i>Baliank</i> ?	Ya	: 7	Ya	: 23,3 %
		Ragu-ragu	: 11	Ragu-ragu	: 36,7 %
		Tidak	: 12	Tidak	: 40 %
6	Apakah produk-produk dari Distro <i>Baliank</i> merupakan pilihan utama anda dalam melakukan pembelian?	Ya	: 5	Ya	: 16,7 %
		Ragu-ragu	: 9	Ragu-ragu	: 30 %
		Tidak	: 16	Tidak	: 53,3 %

Sumber: Data diolah peneliti, 2017



Berdasarkan tabel 1.4 hasil survei awal terhadap 30 responden dimana pada pertanyaan pada pertama responden yang menjawab ya sebanyak 8, ragu-ragu sebanyak 8, tidak sebanyak 14. Pertanyaan kedua responden yang menjawab ya sebanyak 4, ragu-ragu sebanyak 6, tidak sebanyak 20. Pertanyaan ketiga responden yang menjawab ya sebanyak 10, ragu-ragu sebanyak 8, tidak sebanyak 12. Pertanyaan keempat responden yang menjawab ya sebanyak 4, ragu-ragu sebanyak 3, tidak sebanyak 12. Pertanyaan kelima responden yang menjawab ya sebanyak 7, ragu-ragu sebanyak 11, tidak sebanyak 12 responden. Pertanyaan keenam responden yang menjawab ya sebanyak 5, ragu-ragu sebanyak 9, tidak sebanyak 16 responden.

Berdasarkan jawaban responden pada pra penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah dalam variabel *windows display*, *interior display* dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan konsumen pada Distro *Baliank* Pangkalpinang, hal tersebut dikarenakan banyak jawaban dari responden yang menjawab tidak ataupun ragu-ragu.

Berdasarkan uraian masalah telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh dengan mengambil judul **“Pengaruh *Windows Display*, *Interior Display* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran umum *Windows Display*, *Interior Display*, Kualitas Pelayanan dan keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang ?
2. Apakah *windows display* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang?
3. Apakah *interior display* secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang?
4. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang ?
5. Apakah *windows display*, *interior display* dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang ?

## 1.3 Batasan Masalah

Selain keterbatasan waktu dan biaya, batasan masalah ini perlu diberikan mengingat luasnya ruang lingkup penelitian. Masalah yang akan diteliti hanya dibatasi pada variable *windows display*, *interior display*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Januari 2017 sampai

dengan selesai pada Distro *Baliank* Pangkalpinang yang beralamat di Jl. A. Yani Dalam, Pasar Pagi. No 32, Pangkalpinang.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum *windows display*, *interior display*, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.
2. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *windows display* terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.
3. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *interior display* terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.
4. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.
5. Untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang pengaruh *windows display*, *interior display* dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Distro *Baliank* Pangkalpinang.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini mencakup berbagai macam manfaat yaitu :

### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat dan memberi kontribusi untuk mengembangkan Ilmu Pengetahuan (manajemen) secara umum, khususnya manajemen pemasaran, yang berkaitan dengan masalah *display* produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian.

### 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Distro *Baliank* Pangkalpinang untuk mengembangkan kegiatan pemasaran dan penjualan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Suatu karya ilmiah sangat memerlukan sistematika dalam penulisan. Adapun sistematika dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdapat uraian mengenai latar belakang masalah yang menjadi topik penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini membahas tentang teori-teori definisi manajemen pemasaran, definisi *display* produk definisi kualitas pelayanan, definisi keputusan pembelian, penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai, pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional dan variable penelitian, skala pengukuran variabel, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menguraikan dan memberikan jawaban serta penjelasan tentang hasil pengujian hipotesis yang diperoleh oleh peneliti.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini memuat kesimpulan mengenai pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat serta memberikan saran-saran yang diperlukan kepada pihak-pihak yang terkait.