

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Melihat kondisi persaingan bisnis Distro di Indonesia seperti sekarang ini, setiap Distro perlu meningkatkan kekuatan yang ada didalam usahanya dengan cara memunculkan keunikan atau sedikit perbedaan yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing lainnya untuk menarik minat beli para konsumen.

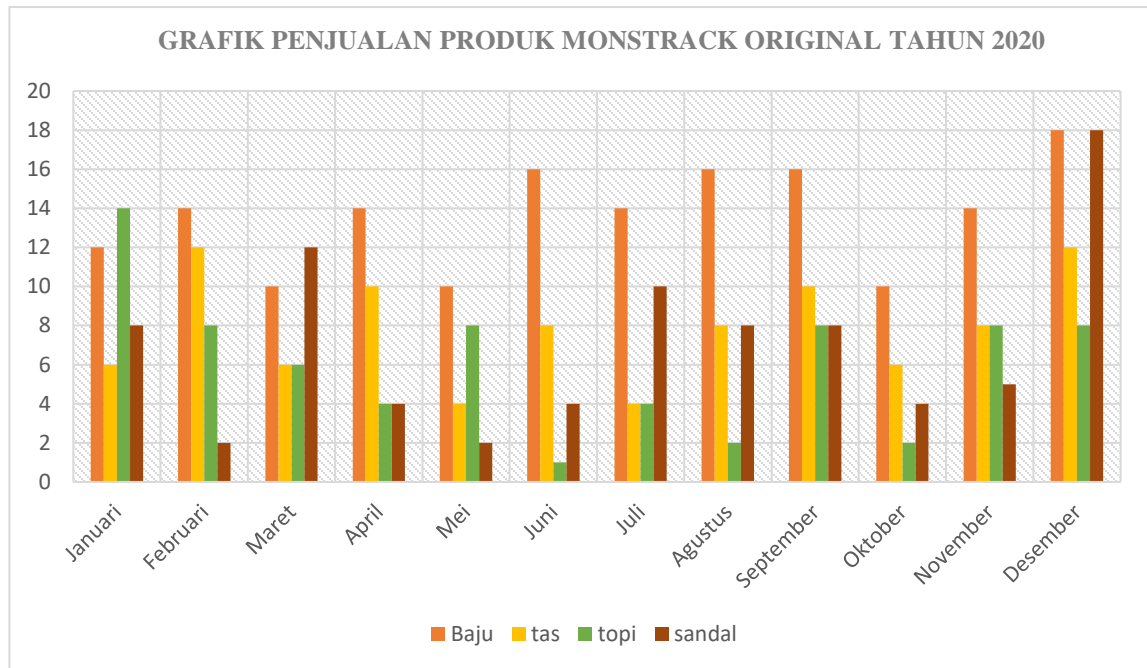
Meningkatkan bisnis *fashion* bisa menjadi peluang yang dimanfaatkan banyak pengusaha agar tetap terus memperjuangkan *bisnis fashion* mereka. Monstrack Original termasuk salah satu bisnis *fashion* yang menetapkan harga yang sesuai dengan perekonomian konsumen. Harga yang kompetitif dapat menjadi pertimbangan dalam minat beli konsumen dengan harga yang bersahabat. Mengingat harga merupakan unsur penting untuk menentukan pasar, Monstrack Original dapat memberikan harga yang tepat karena dengan penentuan harga yang tepat akan mendorong pembelian konsumen dalam jumlah banyak, seperti misalnya pakaian di Monstrack Original ini rata-rata memiliki harga yang sama yaitu Rp120.000 untuk semua model jenis pakaian.

Masyarakat berlomba-lomba untuk membuat usaha bisnis dengan memberikan kualitas produk yang terbaik untuk memenuhi atau melampaui harapan para konsumen. Kualitas produk juga merupakan strategi penting bagi perusahaan dalam memenangkan persaingan. Seperti Monstrack Original yang saat ini bersaing dalam hal hal kualitas produk seperti *Durability* (ketahanan) dari produk yang dijual. Dengan kualitas produk yang tinggi, konsumen juga akan merasa tertarik terhadap produk tersebut dan memutuskan untuk melakukan pembelian. Untuk itu pembisnis harus jeli dan teliti dalam mempelajari kebutuhan dan keinginan konsumen. Selain itu, perusahaan juga harus mengetahui persepsi konsumen tentang nilai dan hal yang mendorong minat pembeli untuk membeli produk yang ditawarkan.

Disamping itu, Monstrack Original juga melakukan strategi promosi untuk mewujudkan tujuan penjualan. dengan promosi diharapkan konsumen mau mencoba produk tersebut dan mendorong konsumen yang sudah ada agar membeli produk lebih sering lagi sehingga akan terjadi penjualan produk yang meningkat. Promosi yang dilakukan Monstrack ini sebagian besar menggunakan media sosial seperti

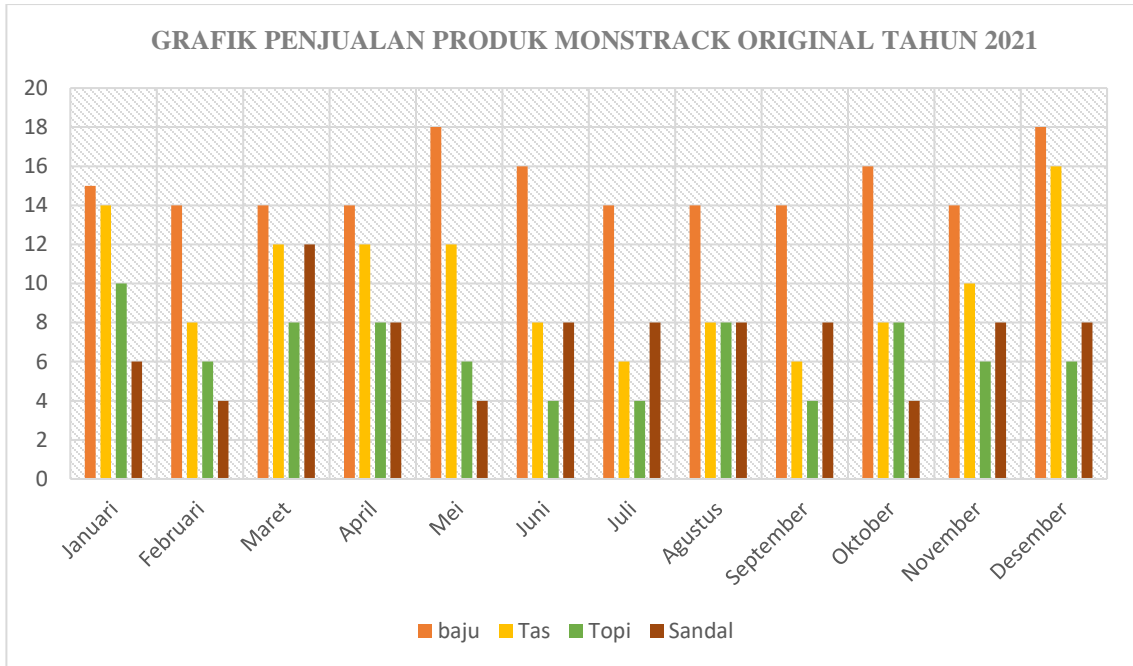
instagram, whatsapp, shopee dan youtube. Biasanya promosi besar-besaran lebih sering diadakan pada saat Harbonas (Hari Belanja Online Nasional).

Adapun jumlah pembeli yang ada di outlet Monstrack original dapat dilihat pada diagram dan tabel berikut.



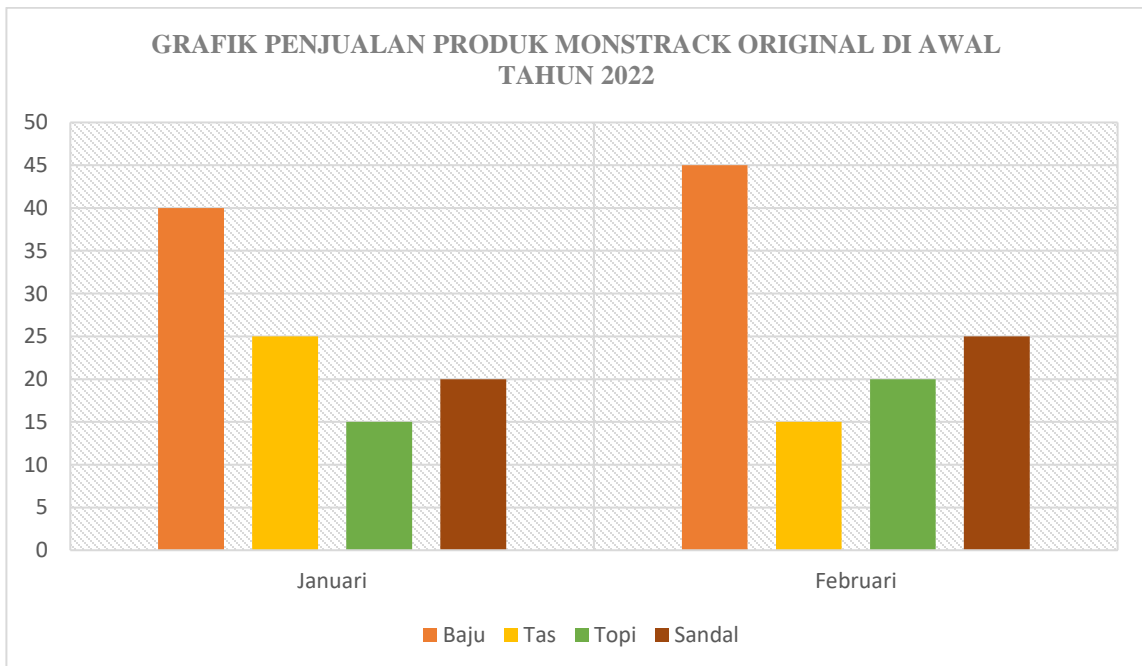
sumber: Outlet Monstrack Original 2020

Dari grafik penjualan produk diatas dapat dilihat ada peningkatan paling tinggi dibulan Desember karena pada bulan tersebut bertepatan dengan hari natal dan tahun baru, yang membuat banyak pelanggan memutuskan untuk membeli outfit mereka.



sumber: Outlet Monstrack Original 2021

Dari grafik penjualan produk tahun 2021 terlihat ada peningkatan dibulan Mei karena bertepatan dengan hari lebaran dan peningkatan juga terlihat dibulan Desember karena bertepatan dengan hari Natal dan tahun baru.membuat banyaknya pelanggan memutuskan untuk berbelanja outfit mereka.



sumber: Outlet Monstrack Original awal 2022

Menurut data yang didapat pada awal tahun 2022, grafik penjualan produk bulan Januari dan Februari terlihat masih dalam keadaan stabil.

Tabel 1.1 Data Penjualan dan Jumlah Konsumen Monstrack Original

No	Tahun	Jumlah pembeli
1	2020	204
2	2021	252
3	Jan-Feb 2022	168

sumber: Monstrack Original Galaxy Bekasi

Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi, dan upaya untuk melakukan perbaikan dimasa yang akan datang, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh harga, kualitas produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli di Monstrack Original Galaxy Bekasi**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang ada, dapat diidentifikasi penulis sebagai berikut:

- 1.1.1 Adanya pesaing lainnya menawarkan harga yang lebih murah.
- 1.1.2 Lebih banyaknya konsumen membeli secara online karena adanya harbonas (hari belanja online nasional).
- 1.1.3 Banyaknya media sosial yang digunakan untuk promosi.
- 1.1.4 Sablon Monstrack Original memiliki daya tahan yang masih kurang baik.

1.3. Batasan Masalah

Untuk memperoleh gambaran yang jelas dan menghindari penafsiran yang menyimpang, maka perlu pembatasan masalah. Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli di Monstrack Original Bekasi.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka ada beberapa hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini, yaitu :

- 1.4.1 Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?
- 1.4.2 Bagaimana pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli pada

Monstrack Original Bekasi ?

1.4.3 Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.4.4 Bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan promosi secara simultan terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.5.1 Untuk mengetahui apakah secara parsial harga berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.5.2 Untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.5.3 Untuk mengetahui apakah secara parsial promosi berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.5.4 Untuk mengetahui apakah secara simultan harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap minat beli pada Monstrack Original Bekasi ?

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini yaitu antara lain:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI *Business School* Bekasi. Selain itu penelitian ini berguna menambah wawasan dan pengetahuan penulis terutama tentang harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli.

2. Bagi Pemasar

Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang berguna bagi pemasar Monstrack Original dalam menciptakan minat beli produk dengan merek Monstrack Original. Penelitian ini juga menjadi pertimbangan dan masukan dalam memasarkan produk dengan merek Monstrack Original.

3. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh product design, suasana outlet dan promosi terhadap minat beli. Sehingga dapat menjadi

masukannya bagi para pelaku pasar lainnya terutama pemilik toko pakaian atau distro-distro agar dapat membuat harga, kualitas produk dan promosi agar dapat menarik konsumen.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut penelitian ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada didalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.