

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Era globalisasi pada saat ini dimana perdagangan bebas menjadi suatu fenomena yang harus dihadapi dengan kesiapan yang matang dari berbagai faktor-faktor produksi. Pengaruh perdagangan bebas kini sudah sulit dibendung, semua negara-negara di dunia akan merasa dampaknya, untuk itu harus disiapkan sebaik mungkin agar tidak tergilas perkembangan arus globalisasi dunia. Ujung tombak perusahaan yaitu pemasaran yang harus dilakukan dengan baik dan tepat waktu mencapai target pasar yang telah ditetapkan dengan mendapatkan konsumen sebanyak mungkin.

Dunia fashion yang kini semakin berkembang dengan pesat seiring makin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap produk pakaian, pada masa sekarang masyarakat tentunya menginginkan produk pakaian yang memiliki kualitas baik dengan harga yang terjangkau, dengan mudahnya informasi yang didapat membuat masyarakat lebih selektif dan berhati-hati memilih produk pakaian yang akan mereka gunakan.

Perilaku pembelian dari setiap konsumen dapat dikatakan sesuatu yang unik, karena preferensi dan sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Selain itu konsumen berasal dari berbagai segmen, sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan juga berbeda. Produsen perlu memahami perilaku konsumen terhadap produk yang ditawarkan di pasaran.

Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk menyeimbangi harapan pelanggan. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. AFK Trifling Depok juga mempunyai kualitas pelayanan yang sangat bagus dan kualitas AFK Trifling Depok juga ada yang mines entah baju bolong kecil atau celana dan sebagainya.

Harga sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan sebuah produk dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. AFK Trifling Depok juga mempunyai harga yang cukup dominan semakin mahal dan bagus kualitas baju dan celana AFK Trifling Depok maka semakin dikit yang berminat untuk membeli.

Suatu kegiatan promosi yang dilakukan dikkatakan sukses atau tidaknya tergantung dari strategi promosi yang diterapkan. strategi pemasaran didefinisikan sebagai analisis strategi penentuan pasar sasaran bagi produk pada tiap unit bisnis, penetapan tujuan pemasaran, pengembangan, pelaksanaan serta pengelolaan strategi program pemasaran, penentuan posisi pasar yang dirancang untuk memenuhi keinginan konsumen pasar sasaran.

Tabel 1.1 Data Penjualan Tahun 2022 sampai 2023

Data Penjualan			
Tahun 2022		Tahun 2023	
Bulan	Omset	Bulan	Omset
Januari	87.000.000	Januari	106.000.000
Februari	62.000.000	Februari	92.000.000
Maret	59.000.000	Maret	73.000.000
April	55.000.000	April	61.000.000
Mei	79.000.000	Mei	52.000.000
Juni	86.000.000	Juni	69.000.000
Juli	71.000.000	Juli	53.000.000
Agustus	76.000.000	Agustus	58.000.000
September	94.000.000	September	74.000.000
Oktober	89.000.000	Oktober	90.000.000
November	82.000.000	November	82.000.000
Desember	125.000.000	Desember	131.000.000

Dari table diatas tampak bahwa terjadi inkonsistensi pendapatan/omset pada AFK Trifling Depok disetiap bulannya dari rentang tahun 2020 sampai dengan 2021.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. AFK Trifling Depok menghadapi persaingan yang ketat dari berbagai toko trifling lain serta toko retail konvensional dan online. Hal ini menuntut perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat beli pelanggan agar dapat bertahan dan berkembang dalam industri yang kompetitif ini.
2. Harga merupakan salah satu faktor utama yang dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Namun, apakah harga yang ditawarkan oleh AFK Trifling Depok sudah cukup kompetitif untuk menarik minat beli pelanggan?
3. Promosi yang dilakukan oleh AFK Trifling Depok bertujuan untuk menarik perhatian dan minat konsumen. Namun, perlu diidentifikasi sejauh mana promosi yang dilakukan sudah efektif dalam meningkatkan minat beli pelanggan.
4. Kualitas pelayanan sering menjadi pembeda antara satu toko dengan toko lainnya. Apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh AFK Trifling Depok sudah mampu memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian?

1.3 Pembatasan Masalah

Dari beberapa identifikasi masalah yang ada di AFK Trifling Depok penulis membatasi masalah hanya pada kualitas pelayanan, harga, promosi dan minat beli pelanggan agar pembahasan lebih terarah dan terperinci.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel harga mempengaruhi minat beli pelanggan?
2. Apakah variabel promosi mempengaruhi minat beli pelanggan?
3. Apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli pelanggan?

4. Apakah variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan mempengaruhi minat beli pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan, yang dapat penulisan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui variabel harga mempengaruhi minat beli pelanggan.
2. Untuk mengetahui variabel promosi mempengaruhi minat beli pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan mempengaruhi minat beli pelanggan.
4. Untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan, harga, dan promosi secara simultan mempengaruhi minat beli pelanggan.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka penulis mengharapkan dapat berguna serta bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya pada AFK Trifting Depok .
2. Membantu mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya variabel yang diteliti
3. Membawa wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya di bidang manajemen pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahamami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang di ambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

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 DAN PEMBAHASAN

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

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

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