

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan era globalisasi yang belum terjadi sebelumnya telah mempercepat perkembangan ritel modern, terutama dalam segala variasinya. Saat ini, banyak orang yang ingin berbelanja dengan mudah dan nyaman untuk meningkatkan ritel modern di Indonesia. Fashion saat ini lebih banyak digemari oleh masyarakat umum khususnya wanita yang lebih memilih mengutamakan berbelanja dari pada pria, oleh karena itu orang yang akan membeli atau mengoleksi seperti pakaian, celana, sepatu, sandal atau apapun yang berhubungan dengan fashion.

Pada dasarnya di era milenial seperti sekarang ini, berbelanja adalah dari aktivitas sehari-hari dengan memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengikuti fashion terkini dengan hadirnya media sosial, televisi dan internet yang sangat canggih. Mengetahui trend, mereka dapat beradaptasi dan menghindari label kuno/kehilangan tren mode saat ini.

Orang bisa berpenampilan menarik untuk meningkatkan rasa percaya diri mereka, orang dapat menemukan identitas mereka yang terlihat menarik menurut hati nurani mereka, tanpa meniru penampilan setiap orang. Mengakses internet sangat mudah adalah hal untuk mengetahui tampilan model mana yang sedang hits, dari mulai anak-anak hingga orang dewasa. Perkembangan yang sangat pesat dewasa ini memungkinkan berbagai retailer mendapatkan

keuntungan, mulai dari bisnis pakaian, kosmetik, sepatu dan aksesoris. Barang-barang ini mudah diperoleh, sehingga dapat meningkatkan penjualan dari toko ritel.

Pesatnya perkembangan pusat perbelanjaan memberikan peluang bagi pengusaha ritel untuk mengembangkan usahanya. Pertumbuhan toko ritel tidak hanya didorong oleh kebutuhan dan keinginan yang semakin kompleks, tetapi juga oleh tindakan masyarakat yang modern untuk mendapatkan segala sesuatu dengan cepat dan nyaman. Hal ini terlihat dari pola yang berubah dari kebiasaan manusia sekarang suka menghabiskan waktu di mall untuk bersantai dan berbelanja sebagai gantinya, berdasarkan fenomena tersebut, berbelanja bukan lagi sekedar aktivitas untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana penghilang rasa lelah dari aktivitas sehari-hari. Aktivitas belanja masyarakat dipengaruhi oleh sifat baru kesenangan, kecenderungan untuk melakukan pembelian yang tidak perlu. Motif belanja yang menyenangkan menyebabkan pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen. Pembelian tidak terencana yang sering dialami konsumen, biasanya digunakan oleh bisnis untuk meningkatkan volume penjualan dengan melakukan promosi penjualan. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan biasanya dapat berupa diskon pada produk tertentu. Hal ini juga dilakukan di Matahari Department Store Tegal. Promosi yang dijalankan oleh Matahari Company adalah program diskon, harga spesial, pameran menarik dan pengguna kartu anggota.

Perilaku pembelian yang tidak direncanakan (*unplanned buying*) merupakan perilaku pembelian yang di dalam toko, dimana pembelian berbeda dari apa yang telah direncanakan oleh konsumen pada saat mereka masuk ke toko. Pembelian tidak terencana adalah suatu tindakan pembelian yang dibuat tanpa direncanakan sebelumnya, atau keputusan pembelian dilakukan pada saat berada di dalam toko. Pembelian tak terencana bisa terjadi ketika seorang konsumen tidak familiar dengan tata ruang toko, di bawah tekanan waktu, atau seseorang yang teringat akan kebutuhan untuk membeli sebuah unit ketika melihat pada rak di toko (Utami, 2017:61).

Menurut Kotler dan Armstrong (2019:67) potongan harga (*price discount*) merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Promosi Potongan harga memberikan beberapa keuntungan diantaranya; dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah yang lebih besar.

Menurut Sangadji (2013:322) *brand Image* (citra merek) adalah nama, istilah, tanda, isymbol, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual, dan untuk membedakannya dari produk pesaing.

Menurut Kotler dan Keller (2019:143) Kualitas Produk (*Product quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tidak.

Matahari adalah salah satu perusahaan ritel terkemuka di Indonesia, salah satunya Matahari Department Store Tegal, perusahaan ritel yang besar dan menyediakan berbagai perlengkapan seperti pakaian, sepatu, tas, cosmetic, aksesoris dan lainnya dengan harga yang terjangkau. Matahari bekerja sama dengan pemasok-pemasok yang terpercaya di Indonesia dan luar negeri bertujuan untuk menyediakan kombinasi barang-barang fashion yang berkualitas tinggi yang dapat diterima oleh konsumen yang sadar akan nilai suatu produk. Gerai-gerai Matahari yang modern dan luas menyajikan pengalaman berbelanja dinamis dan inspiratif yang membuat konsumen datang kembali dan membantu menjadikan Matahari sebagai department store pilihan dikalangan kelas menengah di Indonesia yang tumbuh pesat.

Matahari Departement Store merupakan perusahaan yang bergerak di bidang ritel khusus pada fashion tertua dan terbesar di Indonesia. Tidak heran apabila Matahari Departement Store menjadi pilihan utama bagi sebagian besar masyarakat di Indonesia ketika akan memenuhi kebutuhan di bidang fashion. Matahari Departemen Store Tegal merupakan salah satu cabang perusahaan yang berada di kota Tegal. Berikut data jumlah pengunjung Matahari Departemen Store Tegal selama 1 tahun terakhir (2021):

**Tabel 1**  
**Data Jumlah Pengunjung Matahari Department Store Tegal Tahun 2021**

NO	Bulan	Jumlah Pengunjung
1.	Januari	22,342
2.	Februari	16,248
3.	Maret	21,836
4.	April	42,895
5.	Mei	72,776
6.	Juni	21,740
7.	Juli	1,003
8.	Agustus	19,471
9.	September	22,827
10.	Oktober	24,424
11.	November	22,346
12.	Desember	30,319
<b>TOTAL</b>		<b>318,227</b>

Sumber : Data Pengunjung Matahari Tegal, 2021 (<https://matahari.co.id>)

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah pengunjung yang penulis peroleh dari Matahari Department Store Tegal sering mengalami *fluktuasi* di setiap bulannya, pada bulan April mengalami kenaikan yang dikunjungi sebesar 42,895 orang karena Matahari selalu mengadakan discount yang menarik sehingga banyak konsumen yang berkunjung dan berbelanja, akan tetapi Matahari mengalami penurunan yang sangat drastis yang

dikunjungi pada bulan juli sebesar 1,003 orang dikarenakan ada faktor persaingan antar bisnis ritel lainnya akan tetapi Matahari bisa mengatasinya dengan cara menerapkan strateginya untuk melawan pesaing sehingga meningkat lagi perbulannya sampai dengan bulan Desember yang dikunjungi sebanyak 30,319 orang. Untuk menghadapi masalah *fluktuasi* jumlah pengunjung Matahari Departement Store perlu melakukan startegi pemasaran yang tepat guna meningkatkan jumlah pengunjung yang akan dialami perusahaan salah satunya adalah dengan cara melakukan perilaku pembelian tidak terencana yaitu dengan menerapkan potongan harga yang dilihat dengan *brand image* dan kualitas produknya yang akan memicu pembelian yang tidak terencana.

Berdasarkan latar belakang fenomena dan teori diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Potongan Harga, *Brand Image*, Dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Tidak Terencana Pada Pengunjung Matahari Department Store Tegal.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh potongan harga terhadap pembelian tidak terencana di Matahari Department Store Tegal?
2. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap pembelian tidak terencana di Matahari Department Store Tegal?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap pembelian tidak terencana di

Matahari Department Store Tegal?

4. Diantara pengaruh potongan harga, *brand image* dan kualitas produk secara simultan, manakah yang mempengaruhi pembelian tidak terencana di Matahari Department Store Tegal?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang diuji, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh potongan harga terhadap pembelian produk tidak terencana di matahari department store.
2. Mengetahui pengaruh brand image terhadap pembelian produk tidak terencana di matahari department store.
3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian produk tidak terencana di matahari department store.
4. Mengetahui yang lebih mempengaruhi diantara potongan harga, *brand image*, dan kualitas produk secara simultan terhadap pembelian produk tidak terencana di matahari department store.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Secara Teoritis**

Sebagai penambah ilmu pengetahuan tentang industri menengah khususnya berkaitan dengan pengaruh potongan harga, brand image dan kualitas produk.

## **2. Secara Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan untuk menambah wawasan tentang pengaruh potongan harga, brand image dan kualitas produk terhadap pembelian tidak terencana melalui penerapan ilmu manajemen pemasaran yang diperoleh selama dibangku kuliah.

### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan perusahaan terkait dapat mengetahui bagaimana pengaruh potongan harga, brand image produk dan kualitas produk terhadap pembelian tidak terencana, dan dengan hasil penelitian ini diharapkan perusahaan dapat menggunakan sebagai bahan masukan dan saran bagi pihak perusahaan Matahari Department Store Tegal dalam meningkatkan promosi bentuk potongan harga dengan brand image yang cukup dikenal serta kualitas produk yang dapat berorientasi kepada kepuasan konsumen.