

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya, maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Dalam kondisi zaman ini sepatu bukan hanya sebagai alat sandang, melainkan menjadi salah satu unsur kebutuhan dibidang fashion dalam masyarakat. Hal ini membuat para produsen sepatu melihat kebutuhan dan keinginan dari konsumen sebagai peluang dalam menciptakan sebuah produk. Peluang ini juga dijadikan referensi utama sebelum meluncurkan suatu produk baru, inovasi dan kreativitas dalam desain dan warna dijadikan faktor agar bisa bersaing dengan produk pesaing dan menarik konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan keputusan seseorang yang mana dia memilih salah satu dari alternatif pilihan dan proses intergrasi yang menggabungkan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Menurut Kodu (2018) keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya.

Setiap konsumen yang akan melakukan pembelian pada suatu produk pasti akan mempertimbangkan beberapa hal yang mendukung keputusan pembelian. Kualitas produk pada dasarnya dapat memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian seorang konsumen. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh, jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen (Arumsari, 2021). Banyak faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk, seperti produk, harga, promosi dan distribusi atau yang dikenal dengan bauran pemasaran.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mengetahui keadaan pasar dan konsumennya. Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan ialah menentukan jenis produk yang akan dipasarkan atau dijual. Menurut Kotler dan Armstrong (2019) produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke

pasaran untuk dapat dipakai, diperoleh, diperhatikan atau dikonsumsi dengan tujuan memberikan kepuasan akan kebutuhan atau keinginan orang-orang yang ada di pasaran.

Selain dari jenis produk yang disiapkan tentunya perusahaan perlu memerhatikan kualitas dari produk yang dipasarkan. Menurut (Astuti dan Nurhafifah, 2020) kualitas produk adalah segala sesuatu yang dapat kita tawarkan oleh produsen yang untuk diperhatikan, dapat digunakan, dibeli dan juga dapat dikonsumsi oleh konsumen maupun produsen sesuai dengan kebutuhan konsumen tertentu. memahami kualitas produk tersebut sebagai kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya tentunya ukuran ini mencakup keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk, dan juga atribut produk lainnya. sehingga ada kesamaan poin pertimbangan yang perlu diperhatikan oleh setiap pelaku usaha.

Perusahaan dapat melakukan strategi pemasaran dengan memberikan diskon pada produk yang ditawarkan kepada konsumen. Uraian penelitian ini yang menjadi fokus bahasan adalah penetapan diskon. *Price Discount* atau potongan harga merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar di toko offline dan online yang lebih ditujukan kepada konsumen akhir. Diskon diterapkan dalam bentuk pengurangan persen maupun jumlah nominal uang yang dikurangi dari harga normal. Potongan harga adalah penurunan harga yang dilakukan oleh pemasar dan diberikan kepada pelanggan pada produk dan periode tertentu untuk menarik perhatian dan merangsang keinginan konsumen untuk mendapatkan produk (Sonata, 2019). Adanya diskon yang diberikan oleh masing-

masing perusahaan dalam pemasaran produknya menimbulkan ketertarikan konsumen untuk memiliki dan membeli produk tersebut.

Potongan harga memberikan beberapa keuntungan diantaranya: dapat memicu konsumen untuk membeli dalam jumlah banyak, mengantisipasi promosi pesaing, dan mendukung perdagangan dalam jumlah yang besar. Artinya *price discount* atau potongan harga merupakan pengurangan dari harga normal yang diberikan kepada konsumen guna meningkatkan penjualan.

Plaza Medan Fair adalah pusat perbelanjaan dan hiburan komersial di Kota Medan yang dikelola oleh *Lippo Group* melalui *Lippo Malls*. salah satu kebutuhan fashion yang dipasarkan adalah sepatu bata. Sepatu Bata merupakan salah satu merek alas kaki yang sudah sejak dulu dikenal sebagai pabrikan sepatu ternama di Indonesia. Jutaan pasang alas kaki berhasil diproduksi dan dijual Bata ke seluruh keluarga Indonesia tiap tahunnya. beberapa jenis sepatu yang tersedia di Plaza Medan Fair yaitu *Casual Shoes, Sport Shoes, Comfit Cess, B – Flex, 3D Energy, Red Label Edgar, Weinbrenner Stainly* dan *Sneakers School*.

Seperti yang kita ketahui bahwa diskon adalah salah satu hal yang paling disukai, terutama bagi mereka yang hobi berbelanja. Beragam promo diskon yang diberikan oleh pihak mall, supermarket, restoran, dan toko modern yang membuatnya selalu ramai dikunjungi oleh konsumen yang ingin mendapatkan harga yang lebih murah. Walaupun sebenarnya harganya sudah di *markup*, tetapi kebanyakan orang masih tertarik dengan label diskon.

Untuk menarik daya pembelian terhadap konsumen juga menyediakan penetapan diskon atau potongan harga seperti : beli 2 gratis 1, cashback 20%, *Post and Discount*, diskon untuk member, diskon pengguna kartu kredit dan diskon

awal bulan. Memang, dengan strategi memberikan diskon bisa membuat konsumen bertindak lebih konsumtif. Meski demikian, penerapan diskon perlu melakukan strategi yang benar dan tepat agar omzet penjualan bisa meningkat sehingga keuntungan yang didapatkan bisa bertambah banyak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik akan melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Jenis Produk dan Penetapan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Pada Plaza Medan Fair.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah jenis produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair?
2. Apakah penetapan diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair?
3. Apakah jenis produk dan penetapan diskon secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui jenis produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair
2. Untuk mengetahui penetapan diskon berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair

3. Untuk mengetahui pengaruh jenis produk dan penetapan diskon terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Ada pun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan penelitian ini di harapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan yang berguna bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang akan datang.
2. Bagi peneliti sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Sari Mutiara Indonesia.
3. Bagi peneliti lain diharapkan dapat menjadi bahan referensi atau pedoman bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian yang sama pada masa yang akan datang yang berhubungan dengan jenis produk dan penetapan diskon terhadap keputusan pembelian sepatu bata pada Plaza Medan Fair.