

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis semakin ketat di era globalisasi saat ini terutama pada *fashion* baju tidak kalah saing dengan model baju dewasa yang menimbulkan banyak kompetitor berlomba-lomba berinovasi di bisnis ini. Dari fenomena ini membuat pengusaha toko *fashion* harus mampu menawarkan keinginan dan kebutuhan bagi konsumen agar bisa tetap bersaing secara global dengan kompetitor lainnya.

Kota Bandung termasuk kota yang memiliki aneka ragam usaha yang salah satunya menjadi pusat pembelanjaan pakaian. Setiap pusat pembelanjaan memiliki banyak pesaing yang menawarkan produk yang terbaik bagi konsumen. Salah satu pusat pembelanjaan pakaian di Bandung yaitu Pasar Baru dimana grosir pakaian termurah, banyak produsen yang mengambil barang disana.

Pakaian anak atau baju anak adalah pakaian yang khusus dipakai oleh anak-anak di usia yang sesuai dengan umurnya. Pakaian anak itu berbagai macam modelnya seperti *T-shirt*, jaket, kemeja, gaun pesta, baju koko, baju muslim, piyama, dan baju setelan. Model baju yang dirancang sangat berkualitas dan memiliki 2 rancangan model pakaian yang berbeda yaitu untuk anak laki-laki dan anak perempuan .

Dalam bisnis pakaian memproduksi produk bagus itu sudah wajib hukumnya, agar konsumen puas dengan kualitas pakaian yang dibutuhkannya. Tapi dengan kualitas saja tidak cukup, tanpa bahan yang

nyaman untuk orang yang memakainya, men inovasikan model baju dan pemasarannya. Perkembangan bisnis pakaian yang dinamis penuh persaingan yang dapat guling tikar jika tidak kuat dengan persaingannya dengan kompetitor yang kian ketat, perusahaan akan sulit mempertahankan jika hanya bertahan dengan produk yang sekarang. Maka perusahaan harus menetapkan strategi yang tepat agar bisa mempertahankan keunggulan produk yang tentunya akan mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga dapat mendapatkan hasil yang diharapkan.

Salah satu pengusaha toko baju anak adalah Dmoont Kids merupakan pengusaha yang menawarkan pakaian anak-anak. Toko pakaian anak yang berlokasi di beralamat di Jl. Nagrog No.16 Kel Pasirjati Kec Ujungberung Kota Bandung, Jawa Barat yang dimana daerah tersebut menjadi pusat belanjanya pakaian anak-anak. Tidak hanya menjual produk lokal saja tetapi pakaian impor juga. Untuk produk lokal pengusaha ini memproduksi sendiri dan untuk produk impor bekerja sama dengan *brand* impor dari cina.

Dalam kegiatan bisnis ini Toko Dmoont Kids mempunyai banyak merek yang bisa menarik perhatian pelanggannya seperti merek-merek terkenal dikalangan pakaian anak-anak yang tak kalah *branded* dengan yang lainnya. Ada permintaan untuk produk yang berkualitas lebih tinggi, penawaran dari perusahaan yang memiliki merek penjualan yang unik dan karakteristik inilah yang membedakan satu produk dengan produk yang lainnya meskipun serupa.

Perusahaan melakukan berbagai upaya untuk melestarikan citra merek dengan melakukan inovasi menggunakan teknologi yang unggul. Produk ini memiliki harga yang kompetitif dan iklan yang masuk akal. Tujuan semakin baik citra produk dari produk yang akan dijual, maka dampaknya akan semakin besar dari lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian.

Faktor lokasi juga menjadi faktor utama bagi konsumen untuk berkomitmen membeli kembali atau berlangganan di toko ini. Suatu hal yang tidak mudah untuk mempertahankan dan menarik perhatian konsumen dengan adanya persaingan ketat ini sebaiknya berpandai-pandai menentukan lokasi usaha yang strategis mudah dijangkau oleh konsumen dengan harga-harga masih terjangkau bagi konsumen menengah kebawah maupun menengah ke atas. Setiap toko baju anak akan bersaing memberikan yang terbaik bagi konsumen dari segi tempat dan harga yang ditawarkan.

Penetapan harga sangat penting karena berpengaruh pada minat beli konsumen, harga menjadi tolak ukur penentuan pembelian suatu produk di perusahaan ini. Dalam proses pembelian produk harga sangat *relative* penting. Penetapan harga adalah penentuan seberapa besar suatu nilai kepada konsumen agar mendapatkan produk yang diinginkannya. Komponen penetapan harga para pemasar harus tepat sasarannya karena untuk mendapat keuntungan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen tersebut.

Untuk mendapatkan kesan konsumen merasa puas sudah memutuskan pembelian produk yang sudah ditawarkan harus diperhatikan pada lokasi toko yang mudah dijangkau oleh konsumen dan harga yang masih wajar sehingga konsumen akan mempercayai produk yang sudah dibeli, kemudian akan membentuk suatu keputusan pembelian dari para konsumen.

Pusat perhatian konsumen selain lokasi yang tidak strategis yaitu harga di toko ini sangat mahal daripada toko lain yang sangat berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen. Banyaknya persaingan harga yang lebih murah membuat strategi untuk memenangkan persaingan di pasar toko ini tidak mudah bersaing. Berikut tabel perbandingan harga toko Dmoont Kids :

Tabel 1.1
Harga Baju pada Dmoont Kids dan pesaing

Nama Produk	Harga Dmoont Kids (Rp)	Harga Pesaing (Rp)
Cardigan daisy anak	89.000	56.000 – 70.000
Setelan crinkle polka	60.000	41.000 – 50.000
Kurta toyobo hoodie	45.000	35.000 – 39.000
Cardigan anak pretty	100.000	68.000 – 85.000
Kemeja anak Coolboy	60.000	48.000 – 57.000
Set anak summer Korean style	160.000	134.000 – 152.000
Setelan pajamas anak	60.000	45.000 – 52.000

Sumber data : Daftar harga Dmoot Kids dan pesaing, 2022

Bedasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa harga pada toko

Dmoont Kids dan pesaing sangatlah jauh berbeda, perbandingannya lebih mahal harga pada toko Dmoont Kids yang menyebabkan adanya fenomena di penelitian ini yang membuat konsumen tidak merasa puas dengan harga yang tidak terjangkau.

Adapun data penjualan Toko Dmoont Kids periode bulan Juli 2022 sampai Desember 2022 dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

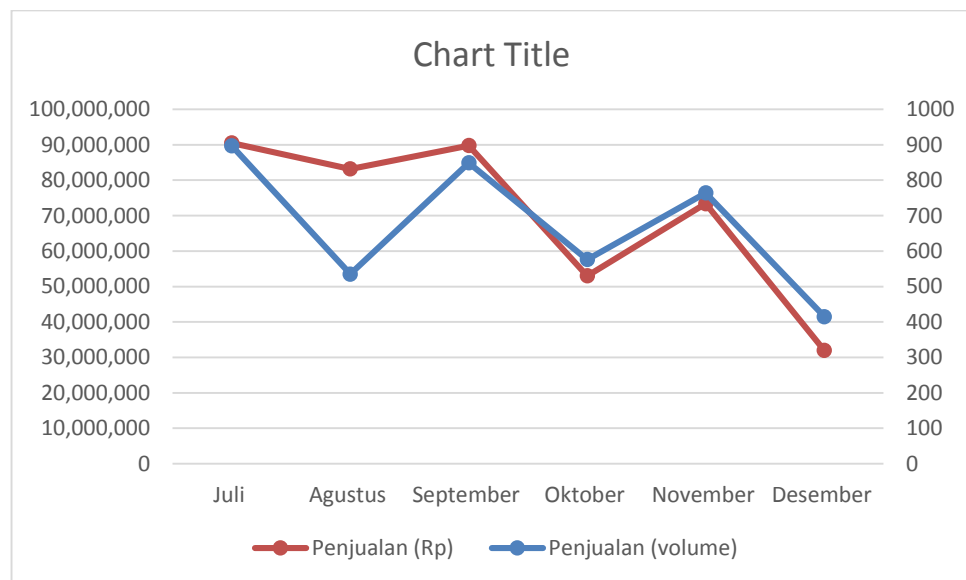
Tabel 1. 2
Data Penjualan Dmoont Kids Periode Juli 2022 – Desember 2022

No	Bulan	Penjualan (volume)	Penjualan (Rp)	Perubahan (Rp)	persen (%)
1	Juli	897	90.473.000	-	-
2	Agustus	535	83.165.000	- 7.308.000	-12,3%
3	September	849	89.756.000	6.591.000	1,2%
4	Oktober	576	52.985.000	- 36.771.000	-2,4%
5	November	764	73.373.000	20.338.000	2,5%
6	Desember	415	31.960.000	- 41.413.000	-1,7%
TOTAL		4.036	415.712.000		

Sumber data : Penjualan Dmoont kids,2022

Bedasarkan tabel 1.2 menyatakan data penjualan Toko Dmoont Kids periode Juli 2022 – Desember 2022 menunjukkan naik turunnya selama 6 bulan terakhir, pada bulan november mengalami kenaikan tertinggi yaitu 2,5%, penyebabnya karena toko Dmoont Kids menjual produk yang sudah terkenal. Hal ini menyebabkan terjadinya naik turunnya omset dan kedatangan konsumen menyatakan bahwa selera konsumen dapat berubah sewaktu-waktu yang menyebabkan bersaing dengan kompetitor-kompetitor lainnya. Jika konsumen

ingin membeli produk yang diinginkan, konsumen memiliki pilihan yang baik dari segi lokasi, harga, dan sebagainya.



Gambar 1. 1
Data Penjualan 2022

Bedasarkan data penjualan diatas menunjukkan bahwa penjualan pada Toko Dmoont Kids penurunan penjualan cenderung menurun setiap bulannya. Faktor yang mempengaruhi turunnya penjualan yaitu diantaranya : lokasi, harga, citra merek, promosi, pelayanan dll.

Ilustrasi serupa menjadi permasalahan mengenai faktor lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian kurang maksimal maka hal tersebut dapat diperkuat dalam menyebarkan kuesioner pra *survey* dilakukan terhadap 30 responden konsumen toko Dmoont Kids di Kota Bandung. Dibawah ini disajikan hasil pra *survey* pada lokasi, sebagai berikut :

Tabel 1.3
Hasil Kuesioner Pra survey terhadap Lokasi

No.	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Lokasi Dmoont Kids sangat mudah di jangkau karena melakukan promosi di media sosial	7	23	23,3%	76,7%
2	Tersedianya transportasi umum ke Toko Dmoont Kids	8	22	26,7%	73,3%
3	Toko Dmoont Kids menyediakan lahan parkir yang cukup luas	5	25	16,7%	83,3%
4	Toko Dmoont Kids mempunyai ukuran bangunan yang cukup luas untuk konsumen	9	21	30%	70%
Rata-rata				24,1%	75,8%

Sumber data : Pra Survey peneliti 30 responden 2023

Bedasarkan pada tabel 1.3 data pra *survey* yang dilakukan kepada 30 responden diatas menunjukkan bahwa rata-rata menjawab tidak 75,8% menyatakan lokasi Toko Dmoont Kids masih kurang baik, lokasi yang tidak mudah dijangkau, tidak bisa dilewati oleh transportasi umum, lahan parkir pun tidak luas dan mempunyai bangunan yang tidak cukup luas untuk jumlah konsumen yang lebih banyak.

Dari permasalahan pada harga peneliti telah membuat pra *survey* 30 responden untuk memperkuat adanya masalah, berikut tabel pra *survey*

terhadap harga :

Tabel 1. 4
Hasil Kuesioner Pra survey terhadap Harga

No.	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh masyarakat umum	11	19	36,7%	63,3%
2	Harga yang dipromosikan oleh Dmoont kids lebih murah daripada toko lain	10	20	33,3%	66,7%
3	Harga dari produk Dmoont kids sesuai dengan manfaat kualitas produk yang dijual	11	19	36,7%	63,3%
4	Harga dari produk Dmoont kids yang dapat bersaing dengan pesaing lainnya.	7	23	23,3%	76,7%
Rata-rata				32,5%	67,5%

Sumber data : Pra Survey peneliti 30 responden 2023

Bedasarkan hasil kuesioner di tabel 1.4 dari 30 responden diatas bahwa rata-rata konsumen menjawab tidak 67,5%. Menyatakan untuk Harga di Toko Dmoont Kids masih dibawah harapan konsumen karena harga yang ditawarkan masih tidak bisa dijangkau oleh masyarakat umum, harga yang lebih tinggi daripada toko lain, kemanfaataan produk nya masih belum sesuai dan yang paling penting konsumen harus merasa puas untuk harga yang ditawarkan dan bisa unggul bersaing dengan kompetitor lainnya di pesaing yang sangat ketat ini khusus toko pakaian anak-anak.

Bedasarkan pemasalahan pada keputusan pembelian oleh peneliti

melakukan pra *survey* kepada 30 responden, untuk memperkuat masalah.

Berikut tabel hasil dari pra *survey* pada keputusan pembelian :

Tabel 1. 5
Hasil Kuesioner Pra survey terhadap Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan	Tanggapan		Rata-Rata	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya memutuskan untuk membeli produk Dmoont Kids karena memiliki citra merek yang baik.	8	22	26,7%	73,3%
2	Saya membeli produk Dmoont Kids karena sesuai dengan lokasi dan harga yang diharapkan.	10	20	33,3%	66,7%
3	Setelah melihat lihat produk yang dijual saya tertarik untuk membeli produk sebanyak-banyaknya	10	20	33,3%	66,7%
4	Saya akan merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarga untuk membeli pakaian di Dmoont Kids	8	22	26,7%	73,3%
Rata-rata				30%	70%

Sumber data : Pra Survey peneliti 30 responden 2023

Bedasarkan hasil dari tabel 1.5 dari kuesioner pra survey 30 responden terhadap keputusan pembelian rata-rata menjawab tidak 70%.

Keputusan pembelian di Toko Dmoont Kids masih kurang baik karena

konsumen tidak memutuskan untuk membeli produk sebanyak-banyaknya dan tidak merekomendasikan pada teman atau kerabat yang membeli pakaian ini.

Bedasarkan dari data pra *survey* diatas mengikuti beberapa penelitian yang serupa dengan lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian antara lain, penelitian dari Fitria Nasruddin & Yulpa Rabeta (2022) yang berjudul Pengaruh Lokasi, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di Kopi Adinda G-19 Kota Lubuklinggau, menyatakan bahwa hasilnya Lokasi, Harga dan Promosi ada pengaruh positif secara signifikan dengan keputusan pembelian pelanggan di kopi adinda G-19 Kota Lubuklinggau. Penelitian Ghali Trinaldi (2022) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Mc Donald Basuki Rahmat Surabaya menyatakan bahwa hasilnya Harga dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mc Donald Basuki Rahmat Surabaya.

Karena dari hasil responden yang menggambarkan permasalahan diatas penulis tertarik mengadakan penelitian yang dituangkan dalam sebuah skripsi dengan judul : **“Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dmoont Kids Di Kota Bandung”**

1.2 Identifikasi Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Lokasi dari Toko Dmoont Kids tidak sesuai harapan konsumen.
2. Harga yang ditawarkan dari Toko Dmoont Kids lebih mahal daripada kompetitor lainnya.
3. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap lokasi dan harga yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

1. Keputusan Pembelian konsumen akan dipengaruhi oleh berbagai faktor, dalam penelitian ini hanya akan menggunakan 2 variabel, yaitu lokasi dan harga.
2. Subjek penelitian adalah Toko Dmoont Kids yang berlokasi di Ujungberung Bandung Timur
3. Objek penelitian adalah pembeli Toko Dmoont Kids yang diambil secara *random sampling*, yang akan dijadikan populasi konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kondisi lokasi Pada Toko Dmoont Kids di Kota Bandung.
2. Bagaimana kondisi harga Pada Toko Dmoont Kids di Kota Bandung.
3. Seberapa besar pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Dmoont Kids di Kota Bandung.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Dmoont Kids

di Kota Bandung, yang hasilnya dituangkan dalam bentuk skripsi yang merupakan salah satu syarat kelulusan dalam mencapai gelar sarjana Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui, menggambar dan menganalisis lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Dmoont Kids di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui, menggambarkan dan menganalisis seberapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada toko Dmoont Kids di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui, menggambarkan dan menganalisis seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko Dmoont Kids di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui, menggambarkan dan menganalisis seberapa besar pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Dmoont Kids di Kota Bandung.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Dengan penelitian ini, diharapkan mampu memperkuat konsep dan teori yang masih relevan menyokong perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya terkait dengan lokasi dan harga

terhadap keputusan konsumen.

1.6.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti bisa membandingkan teori yang dipelajari di akademis dengan keadaan lapangan yang sebenarnya ,untuk mengembangkan diri pada pengetahuan lain.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai kritik dan masukan terhadap perusahaan agar dapat meningkatkan lokasi dan harga terhadap calon konsumen.

3. Bagi Keputusan konsumen (Eksekutif)

Diharapkan penelitian ini dijadikan dasar penelitian dan pertimbangan dalam lokasi dan harga terhadap keputusan konsumen di masa yang akan datang.

4. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pembaca dan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya untuk instansi-instansi lain, khususnya terkait mengenai lokasi dan harga terhadap keputusan konsumen.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi

Lokasi yang digunakan oleh peneliti sebagai bahan penelitian dan untuk memperoleh data adalah di Toko Dmoont Kids yang beralamat di Jl. Nagrog No.16 Kel Pasirjati Kec Ujungberung Kota Bandung,Jawa

