

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Setiap kegiatan usaha pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan perusahaan di tengah persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menguntungkan. Peningkatan akan adanya distro di jaman sekarang ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Distro adalah singkatan dari *distribution store* yang merupakan jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri. Ketatnya persaingan antar distro menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar.

Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis distro perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen. Minat beli merupakan suatu keinginan untuk membeli suatu produk atau jasa yang terjadi akibat pengaruh baik dari *eksternal* maupun *internal* dimana sebelumnya dilakukan evaluasi terhadap produk atau jasa yang akan dibeli (Kotler & Keller, 2012). Menyikapi hal ini, pemilik distro yang bermain di bisnis ini dituntut untuk selalu melakukan inovasi supaya minat beli konsumen tetap terjaga dan semakin meningkat. Menarik minat beli konsumen untuk

melakukan pembelian pada distro dapat dilakukan dengan cara memberikan suasana toko yang menyenangkan bagi konsumen, merek toko yang terkenal dan kualitas produk yang baik dan bermutu.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah suasana toko. Salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan menciptakan suasana toko yang aman dan nyaman agar dapat memberi kesan menarik kepada konsumen sehingga menimbulkan minat beli yang pada akhirnya dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Kotler, 2007). Menurut Kotler and Keller (2012) suasana toko adalah suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan yang dapat menarik konsumen untuk membeli. Melalui suasana yang sengaja diciptakan, distro berupaya untuk mengkomunikasikan informasi yang terkait dengan layanan, harga maupun ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*.

Faktor lainnya yaitu citra merek. Merek merupakan salah satu pertimbangan konsumen untuk menggunakan suatu produk. Merek merupakan suatu nama, simbol, tanda, atau desain atau kombinasi diantaranya, dan ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual dan membedakannya dari para pesaing (Kotler dan Keller, 2007). Untuk memahami sekaligus menarik minat konsumen maka perusahaan harus memiliki citra merek yang kuat dibenak konsumen. Perusahaan yang berhasil membangun merek yang kuat akan memiliki nilai tambah dari perusahaan lain.

Selain faktor suasana toko dan citra merek, minat beli pada distro juga di pengaruhi oleh kualitas produk. Menurut Kotler (2010) Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat diuraikan kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan memberikan kinerja sesuai harapan konsumen. Kualitas produk yang baik akan meningkatkan minat beli dari konsumen.

Kota padang merupakan kota yang yang cukup berpotensi dalam mengembangkan usaha pakaian, selera anak muda di kota padang yang beragam dan ingin tampil berbeda dalam bidang *fashion* menjadi faktor utama munculnya distro-distro di kota padang. Saat ini bisnis distro merupakan bisnis yang menarik karena digemari oleh sebagian besar anak muda. Penyebabnya karena distro memiliki desain yang menarik berbeda dari yang lain dan penataan interior maupun eksterior yang unik, merek toko yang memiliki ciri khas tersendiri dan kualitas produk yang bagus, sehingga menjadikan distro sebagai salah satu bisnis yang menjanjikan.

Salah satu distro yang ada di kota padang adalah May17 yang berlokasi di jalan Belakang Olo No. 40A, Kampung Jao, Padang Barat, Kota padang. Distro May17 menyediakan berbagai jenis produk yang di butuhkan konsumen seperti, kaos, kemeja, jaket dan celana, dan aksesoris-aksesoris lainnya untuk pelengkap *fashion*. Agar berhasil dalam memenangkan persaingan, distro May17 memiliki produk yang mengangkat merek sendiri sebagai produk utamanya. Dengan kata lain disto May17 memiliki daya tarik yang lebih dari pesaingnya untuk menjaring konsumen agar

lebih berminat membeli produk di distro May17. Pada tabel 1.1 dapat dilihat hasil penjualan distro May17 dari Bulan Juli S/D Desember 2018.

Tabel 1.1
Perbandingan Data Penjualan Distro May17 dan Amole
Periode (Juli-Desember) 2018

Bulan	Penjualan Distro May17	Penjualan Amole Distro
Juli	Rp.34.625.000	Rp.33.050.000
Agustus	Rp.32.000.000	Rp.34.350.000
September	Rp.31.875.000	Rp.36.875.000
Oktober	Rp.30.625.000	Rp.39.950.000
November	Rp.32.625.000	Rp.40.000.000
Desember	Rp.33.625.000	Rp.43.375.000

Sumber: Distro May17 dan Amole Distro2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi perbedaan penjualan antara Distro May17 dan Amole Distro, dimana penjualan Distro May17 mengalami penurunan atau fluktuasi dari bulan ke bulan, dibandingkan dengan penjualan Amole Distro yang mengalami kenaikan setiap bulannya. Hal ini terjadi mungkin karena kurangnya minat konsumen berbelanja di Distro May17, padahal kedua distro sama-sama menjual produk yang sama. Sedangkan dari segi merek atau nama toko distro Distro May17 ini lebih terkenal dari pada Amole Distro tetapi mengapa jumlah penjualan dari Distro May17 mengalami penurunan dari bulan ke bulan. Faktor inilah

yang membuat peneliti ingin mengetahui apakah suasana toko, citra merek dan kualitas produk yang mempengaruhi minat beli di Distro May17. Selanjutnya jika dilihat berdasarkan survey awal dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Survey Awal Terhadap 30 orang Responden di Distro May17 Padang

No	Pernyataan	Jawaban		Persentase(%)	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Sebelum membeli produk di distro may17 saya mencari informasi terlebih dahulu	14	16	46,66	53,33
2	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu sebelum membeli produk di distro May17	13	17	43,33	56,66
3	Saya tertarik untuk mencoba produk yang ada di distro May17	12	18	40	60
4	Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk dari distro May17	16	14	53,33	46,66
5	Saya memiliki keinginan untuk mempunyai produk yang ditawarkan distro May17	14	16	46,66	53,33

Sumber: survey awal Distro May17(2018)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat pada item pernyataan pertama responden yang memilih ya sebesar 46.66%, sedangkan responden yang memilih tidak sebesar 53.33%. Berikutnya pada item pernyataan kedua responden yang memilih ya sebesar 43.33%, sedangkan responden yang memilih tidak sebesar 56.66%. Selanjutnya pada item pernyataan ketiga responden yang memilih ya sebesar 40%, responden yang memilih tidak sebesar 60%. Pada item pernyataan keempat responden yang memilih ya sebesar 53.33%, sedangkan responden yang memilih tidak sebesar 46.66%. Selanjutnya pada item pernyataan kelima responden yang memilih ya sebesar

46.66%, sedangkan responden yang memilih tidak sebesar 53.33%. Dari data diatas dapat diketahui bahwa dari 5 item pernyataan, hanya item pernyataan nomor 4 yang memiliki persentase tertinggi dalam menjawab pernyataan survey awal, sedangkan 4 item pernyataan lainnya memiliki persentase yang rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat minat beli konsumen pada distro May17 masih rendah.

Semua faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen seperti suasana toko, citra merek dan kualitas produk belum tentu dapat meningkatkan minat beli konsumen secara optimal, sehingga perlu dievaluasi kembali beserta seberapa besar pengaruhnya terhadap para pelanggan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Paila & Dkk (2018) yaitu tentang pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada ud. Sinar anugerah pratama manado, telah membuktikan bahwa suasana toko berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada UD. Sinar anugerah pratama manado. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Ramadhan & Suhadi (2016) pengaruh *store atmosphere*, kualitas pelayanan, dan keberagaman produk terhadap minat beli konsumen pada minimarket koperasi karyawan pura group kodus, telah membuktikan bahwa *store atmosphere* (suasana toko) berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen minimarket koperasi karyawan pura group kodus.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Hakim (2017) yaitu tentang pengaruh brand image terhadap minat beli konsumen pada bimbil tridaya bandung, telah membuktikan bahwa *brand image* (citra merek) berpengaruh terhadap minat

beli konsumen bimbel tridaya bandung. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Randi (2016) pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen pada makanan fast food ayam goreng texas chicken pekanbaru, telah membuktikan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen makanan fast food ayam goreng texas chicken pekanbaru.

Begitupun penelitian yang dilakukan oleh Satria (2017) yaitu pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan a-36, telah membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada usaha A-36. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2017) pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan, telah membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas medan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah objek yang diteliti berbeda, variabel yang dikaitkan dalam penelitian juga berbeda serta waktu penelitian juga berbeda. Variabel dalam penelitian ini menggunakan suasana toko, citra merek dan kualitas produk sebagai variabel bebas dan minat beli sebagai variabel terikat. Berdasarkan dari teori, fenomena dan hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Pengaruh Suasana Toko, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Distro May17 Di Kota Padang”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian maka yang menjadi masalah penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap minat beli di distro may17 dikota padang ?
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap minat beli di distro may17 dikota padang ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli di distro may17 dikota padang ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Dengan melihat permasalahan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk menganalisis pengaruh suasana toko terhadap minat beli di distro may17 dikota padang ?
2. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap minat beli di distro may17 dikota padang?
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli di distro may17 dikota padang ?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi akademis

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi pemasaran dan dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian selanjutnya mengenai tema yang sama.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan strategi dibidang pemasaran untuk pengembangan perusahaan.