BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Dunia olahraga di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat, perkembangan ini mencakup segala macam olahraga futsal, sepakbola, basket, badminton, voli. Jenis olahraga ini banyak sekali peminat nya di Indonesia. Berkembang nya dunia olahraga saat ini membuat peluang bisnis yang luas. Banyak sekali brand yang membuat baju tim olahraga mulai bermunculan sehingga persaingan menjadi semakin ketat. Menurut keegan (2014) pemasaran adalah sebuah kegiatan yang menjurus kepada suatu transaksi pertukaran antara seorang penjual dan seorang pembeli.

Dengan maraknya persaingan antar brand satu sama lain, maka diperlukan adanya salah satu strategi pemasaran yang cukup efektif. Strategi marketing mix ini adalah produk (product), harga (price), promosi (promotion), dan tempat (place) (Kotler & Keller, 2012). Satu per satu dari variabel tersebut saling berinteraksi untuk menciptakan suatu permintaan terhadap barang atau jasa yang ditawarkan oleh toko tersebut. Hal ini dapat memberi manfaat positif dan diterima baik oleh konsumen yang membuat pelanggan menjadi sangat puas.

Kostum tim adalah kebutuhan yang sangat penting untuk sebuah kesatuan tim dalam olahraga yang berpengaruh dalam kenyamanan selama tim itu bertanding atau latihan, jenis bahan dari brand brand lain sangat berpengaruh untuk bersaing menjadi yang terbaik agar mendapatkan kepuasan konsumen. Setelah melihat dan mempertimbangkan jenis bahan, penentuan harga dari produk dan jasa pembuatan yang dilakukan perusahaan sangat berpengaruh pada keputusan konsumen. Harga dapat diartikan dengan konsep keanekaragaman yang memiliki arti berbeda bagi konsumen tergantung karakteristik konsumen, situasi dan jenis bahan produk. Perbandingan harga dari toko lain sejenis:

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

Tabel 1. 1 perbandingan harga dengan toko lain

Jenis	Ghanior sport	Sirlani sport	Tekno sport
Jersey tim	150.000	160.000	175.000
Jaket tim	200.000	210.000	240.000
Baju polo official	140.000	160.000	170.000

Sumber: Survey ke 3 toko

Dari tabel 1.1 di atas dapat di simpulkan bahwa memang benar toko tekno sport memiliki harga yang bisa di bilang mahal di banding dengan toko lainnya, sehingga penjualan nya tidak stabil.

Setelah melihat dan mempertimbangkan harga, konsumen juga mempertimbangkan dan melihat promosi yang dilakukan oleh toko tersebut, karena promosi sangat penting bagi konsumen. Promosi yang dilakukan melalui social media seperti instagram, facebook, tiktok, whatsapp juga harus dilakukam, tidak hanya promosi melalui pembagian brosur saja. Menurut Kotler (2009) promosi adalah sebuah arus informasi atau persuasi yang dibuat untuk menggerakkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Karena semakin menarik sebuah promosi dari toko tersebut, maka konsumen juga akan semakin tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dipromosikan dari toko tersebut. Toko tekno sport hanya melakukan promosi melalui pembagian brosur, tidak di social media.

Setelah melihat dan mempertimbangkan promosi, faktor tempat juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli produk tersebut. Sebelum sekelompok orang memutuskan untuk membuat baju tim olahraga di suatu toko pembuatan baju, mereka juga akan mempertimbangkan lokasi tempat toko pembuatan baju tersebut. Sebagian besar orang lebih memilih lokasi tempat yang dekat, sudah terpecaya, atau sering di datangkan konsumen dan juga pastinya letaknya strategis.

Keputusan pembelian adalah bagian dari perilaku konsumen, perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Oleh sebab itu, perusahaan harus bisa menerapkan strategi pemasaran yang lebih baik dari pesaing nya dan menyebarkan informasi secara cepat dan tepat kepada pelanggan agar dapat bertahan dalam persaingan yang ada. Jika tidak melakukan hal itu maka tidak dapat bertahan dalam persaingan dengan toko toko lain,dan resiko terbesar nya adalah bangkrut.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan secara langsung kepada 15 konsumen tekno sport yang berada di kabupaten bekasi terkait keputusan pembelian, berikut hasil wawancara langsungnya:

Tabel 1.2 hasil wawancara konsumen

NO	NAMA	REVIEW	SUMBER
1	Dimas prasetyo	Harganya terlalu mahal dan tidak sesuai dengan tempat tokonya	**Wawancara**
2	Dimas ragil	Harganya tidak sesuai sama printnan bajunya	**Wawancara**
3	Cahya	Harganya tidak sesuai dengan jahitan bajunya	**Wawancara**
4	Abil	Harganya terlalu mahal untuk saya seorang pelajar	**Wawancara**
5	Alief	Harganya tidak sebanding dengan bahan bajunya	**Wawancara**
6	Bayu	Promosinya kurang menarik, tidak seperti toko yang lainnya	**Wawancara**
7	Wisnu	Promosinya hanya membagikan brosur didepan toko	**Wawancara**
8	Fikri	Promosinya tidak sesuai dengan	**Wawancara**

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

		harga bajunya yang mahal	
9	Adam	Promosinya harusnya diperluas melalui social media	**Wawancara**
10	Shendi	Promosinya harusnya sering dilakukan agar dapat menarik konsumen	**Wawancara**
11	Adit	Tempat menunggunya sempit, tidak seperti toko yang lain	**Wawancara**
12	Fahmi	Tempat desaign bajunya terlalu kecil	**Wawancara**
13	Lili. S	Tempatnya terlalu kecil, tidak sesuai dengan harga bajunya yang mahal	**Wawancara**
14	Irfan	Tempatnya tidak sejuk seperti toko yang lainnya	**Wawancara**
15	Abi	Tidak ada kamar mandi untuk konsumen	**Wawancara**

Tekno sport adalah sebuah toko yang bergerak di bidang pembuatan dan penyablonan kostum tim, jaket tim, baju polo oficial tim olahraga. Tekno sport telah berdiri sejak tahun 2014. Dimana pembuatan atau penyablonan kostum dan jaket tim futsal dan sepakbola adalah yang paling banyak peminatnya,namun seperti pembuatan atau penyablonan kostum dan jaket tim olahraga lainnya tidak kalah banyak juga, seperti voli dan basket.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang ada diatas, maka saya sebagai penulis ingin mengangkat tema penelitian dengan judul "**Pengaruh harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi"**

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi ?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi ?
3. Apakah tempat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas,maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi
3. Untuk mengetahui pengaruh tempat terhadap keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi

1.4 Manfaat penelitian

Selain sebagai syarat untuk kelulusan memperoleh gelar sarjana (S1) jurusan manajem Fakultas Ekonomi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya,diharapkan penelitian ini juga bisa bermanfaat bagi :

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

1.3 Diharapkan pembahasan yang dilakukan ini nantinya akan menjadi masukan untuk toko tersebut mengenai bauran promosi yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian baju dan jaket pada toko tekno sport

2.3 Diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan keputusan bagi mereka yang ingin memperdalam pengetahuannya dan yang membutuhkan tentang perilaku konsumen

1.5 Batasan masalah

Penggunaan batasan masalah dalam penelitian ini diperlukan agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang akan di capai. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam pembahasan penelitian ini yakni fokus penelitian hanya pada keputusan pembelian pada toko tekno sport di bumi sani kabupaten bekasi.

1.6 Sistematika penulisan

Untuk mendapatkan gambaran secara keseluruhan mengenai penulisan dalam penelitian diatas,maka penulisan ini disusun oleh peneliti sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun rumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan penelitian,manfaat penelitian dan diakhiri oleh sistematika penelitian

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dalam penelitian ini. Lalu diuraikan dan digambarkan kerangka pemikiran dari penelitian tersebut dan terakhir adalah hipotesis

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022

Pada bab ini adalah menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, kerangka konseptual serta metode analisis yang digunakan dalam menganalisis data yang telah diperoleh

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini yaitu menguraikan tentang gambaran atau profil perusahaan, responden dalam objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan analisis

BAB V: PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan hasil analisis penelitian serta implikasi manajerial.

Pengaruh Harga.., Yudha Dwi Firmansyah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2022