Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, dengan semakin berkembangnya teknologi telah mendorong para usahawan untuk menghasilkan produk baru maupun mengembangkan usahanya begitu pula perkembangan industri fashion di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. .Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya designer-designer handal yang karyanya bukan hanya diakui didalam negeri saja, tetapi sudah diakui di dunia fashion Internasional. Sejalan dengan lajunya kehidupan Bandung sebagai sebuah kota besar terus menunjukkan perubahannya sebagai sebuah kota dan sering disebut juga kota wisata belanja. Hal tersebut ditandai dengan munculnya berbagai jenis bentuk usaha yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta melayani berbagai segmentasi pasar yang ada.

Perkembangan fashion ini dipengaruhi oleh kebutuhan masyarakat yang semakin peduli dengan penampilan yang disesuaikan dengan perkembangan jaman. Kalangan anak muda khususnya selalu ingin berpenampilan trendy, hal ini menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha yang dapat membaca kebutuhan dan keinginan masyarakat. Para pengusaha mulai mencoba bisnis eceran sebagai salah satu alternative untuk kelangsungan usahanya. Karena sekarang ini masyarakat lebih cenderung memperhatikan kebutuhan fashion, maka bisnis eceran yang dipilih oleh para pengusaha tersebut adalah dengan membuka distro dan clothing, karena distro dan clothing merupakan usaha yang bergerak dibidang pakaian dan aksesoris yang mengikuti dunia fashion saat ini.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Distro Arena Experience adalah sebuah toko yang menjual berbagai produk clothing company yang diproduksi sendiri dan juga merupakan perluasan jaringan pemasaran clothing company. Produk yang dijual lebih dari dua jenis merek yang berbeda dan system penjualan yang digunakannya adalah system konsinyasi yaitu system titip jual.

Kota Bandung yang terkenal sebagai kota mode dengan julukan "Paris Van Java" merupakan salah satu kota yang menjadi pusat distro dan clothing dikarenakan semakin banyak dan menjamurnya usaha yang bergerak dibidang distro dan clothing di kota Bandung, maka usaha ini sudah memasuki kepada persaingan yang sangat ketat, bahkan beberapa diantara clothing tersebut mencoba untuk menembus pasar Asia.

Didalam mengatasi kondisi persaingan ini banyak pengusaha mengalami masalah terutama didalam memasarkan hasil produknya. Berhasil atau tidaknya perusahaan dalam memasarkan, menjual hasil produknya dan meningkatkan volume penjualan tergantung dari pelaksanaan kegiatan pemasaran.

Suatu keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sangat beragam, ini menandakan bahwa adanya perbedaan keputusan pembelian disetiap konsumen dimana definisi dari keputusan pembelian yaitu suatu keputusan yang dipengaruhi oleh lingkungan, kebudayaan, keluarga, dsb, yang akan membentuk suatu sikap pada diri individu kemudian melakukan pembelian. Dalam melakukan keputusan pembelian banyak sekali factor yang mempengaruhi suatu keputusan pembelian konsumen, seperti dari sumber pribadi (keluarga, teman, tetangga, kenalan), sumber komersial (iklan,

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan), sumber public (media massa, organisasi konsumen), sumber pengalaman (penanganan, pengkajian, pemakaian produk)

Perhatian perusahaan akan keinginan konsumen haruslah di utamakan.ini demi menarik konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian pada produk Arena. Pada umumnya konsumen akan lebih tertarik kepada produk yang memberikan iming-iming serta langkah-langkah perusahaan dalam meningkatkan daya tarik dari produknya yang membuat konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut. Promosi penjualan merupakan salah satu alat pemasaran yang dianggap mampu mendorong konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian yang akhirnya akan mendongkrak jumlah penjualan dari produk tersebut.

Pada dasarnya konsumen akan melaksanakan kegiatan jika kegiatan tersebut ada manfaat dan menguntungkan bagi dirinya, dan konsumen akan merasa lebih puas jika memperoleh keuntungan tambahan akibat dia melakukan kegiatan tersebut. Misalnya, dengan mengadakan potongan harga, hadiah atau yang lainnya.

Alasan utama di laksanakan promosi penjualan adalah untuk memperbesar dan mempercepat pembelian oleh konsumen dalam kondisi persaingan yang tajam, dari beberapa pesaing. Promosi penjualan yang di lakukan oleh penjual atau perusahaan merupakan taktik pemasaran yang dampaknya bersifat jangka pendek. Bahkan kadang-kadang di rasakan sebagai tindakan *one-shot*, dalam arti penjualan meningkat selama kegiatan tersebut berlangsung. Oleh sebab itu pelaksanaan promosi penjualan untuk konsumen diupayakan tetap memberikan berbagai insentif dan keuntungan kepada konsumen.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Arena Experience berupaya meningkatkan volume penjualannya dengan cara penggunaan alat insentif seperti, pemberian diskon sampai dengan 50%. Rendahnya volume penjualan yang terjadi antara bulan Januari sampai bulan April dan tingkat persaingan yang tajam membuat Arena Experience gencar melakukan cara dalam menarik minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yang salah satunya melakukan promosi penjualan.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti lebih mendalam mengenai perilaku konsumen setelah adanya potongan harga. Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Promosi Penjualan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Bisnis Distro Arena Experience".

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Menjamurnya usaha yang bergerak dibidang distro dan clothing menjadi persaingan yang sangat ketat.
2. Kurangnya konsumen untuk melakukan pembelian.
3. Kurangnya promosi penjualan yang dilakukan perusahaan.

1.2.2. Rumusan Masalah

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena Experience.
2. Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada produk Arena Experience.
3. Seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Arena Experience.

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana promosi penjualan yang dilakukan oleh Arena Experience.
2. Untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen pada produk Arena Experience.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Arena Experience.

1.4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan Praktis

1. Perusahaan

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

Kegunaan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan atau saran untuk perusahaan, sehingga perusahaan dapat melakukan perubahan kearah positif yang dapat memperbaiki kinerja perusahaan, khususnya pemecahan masalah mengenai promosi penjualan yang akan datang.

2. Pihak terkait

   Melihat dari beberapa pentingnya hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak terkait lainnya seperti bagian promosi penjualan dan bagian yang berhubungan dengan promosi penjualan dalam perusahaan, sehingga pihak tersebut dapat membantu memperlancar dan meningkatkan volume penjualan bagi perusahaan.

Kegunaan Akademis

1. Penulis

   Untuk memperoleh gambaran mengenai promosi penjualan dan keputusan pembelian konsumen serta menganalisis pengaruh kedua variable tersebut.

2. Pembaca

   Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi yang berguna bagi pembaca dalam melaksanakan penelitian maupun studi lebih lanjut.

3. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

   Diharapkan dapat memberikan kontribusi buat ilmu pengetahuan, khususnya bagi mata kuliah yang berkenaan dengan penelitian ini.

Created by Simpo PDF Creator Pro (unregistered version)
http://www.simpopdf.com

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Tabel 1.1

No	Keterangan	Bulan							
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	agustus
1	Pengajuan Judul	■							
2	Persiapan Usulan Penelitian		■						
3	Penyusunan Usulan Penelitian			■					
4	Seminar Usulan Penelitian				■				
5	Pengumpulan Data					■			
6	Pengolahan Dan Analisis Data					■			
7	Penyusunan Skripsi						■		
8	Sidang Skripsi							■	
9	Revisi Skripsi Dan Pengadaan								■