

BAB 1

PENDAHULUAN

1 Latar Belakang

Pengelola bisnis dewasa ini sebaiknya senantiasa memfokuskan perancangan strateginya pada bagaimana melayani dan mempertahankan pelanggan. Persaingan bisnis saat ini telah mendorong para pengelola bisnis untuk bergerak cepat, kreatif dan antisipatif. Hal ini disebabkan oleh perubahan mendasar dalam persaingan bisnis yang memanfaatkan teknologi. Perubahan tersebut meliputi sistem perdagangan, cara bertransaksi, sistem pemasaran maupun sistem pembayaran (Widiyanto & Sri, 2015).

Pemasaran secara langsung juga tidak kalah pentingnya. Penjualan secara langsung yang dilakukan oleh penyedia barang dan jasa memungkinkan konsumen untuk melihat secara nyata barang atau jasa yang mereka inginkan.

Pada saat sekarang ini banyak masyarakat yang menyukai dengan yang namanya olahraga. Olah raga tidak saja menjadi kebutuhan fisik akan tetapi juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Hal inilah yang bisa dimanfaatkan oleh para pengelola bisnis untuk menjadi peluang yang baik. Dengan hal tersebut para pengelola bisnis, khususnya bisnis dibidang produk-produk olahraga harus bisa menumbuhkan minat beli konsumen.

Belanja alat olahraga akhirnya menjadi salah satu gaya hidup di Indonesia seperti Planet Sport. Planet Sport merupakan salah satu toko sport terbesar yang ada di

Indonesia. Planet Sport menjual produk dengan cara pengunjung datang ke toko dan memilih perlengkapan olahraga yang diinginkan. Planet Sport diprakasai oleh perusahaan fashion terbaik di Indonesia yaitu MAP, sudah dipastikan memenuhi standar kualitas yang baik karena pengalaman dan eksistensinya sudah tidak perlu diragukan lagi. Planet Sport memberikan kualitas yang sangat baik bagi para pelanggannya, karena seluruh produk yang ditawarkan oleh Planet Sport merupakan produk orisinal.

Planet Sports Menawarkan berbagai jenis perlengkapan olahraga untuk wanita, pria, dan anak-anak seperti baju, sepatu, tas, raket, bola dan aksesoris olahraga lainnya dari brand internasional terkenal seperti: Nike, Adidas, Reebok, Puma, Skechers, Asics, Timex, Speedo, Converse dan masih banyak lainnya. Planet Sports memberikan kemudahan untuk para pembeli dengan sistem pembayaran yang simple dan juga tersedia banyak cara untuk membayar. Jadi kita tidak perlu takut untuk kerepotan ataupun bingung membayar dengan apa, Planet Sports sudah menyiapkan segala kemudahan untuk kita. Banyak promo dan diskon yang dipersiapkan bagi para pelanggan Planet Sports salah satunya adalah *free delivery* seluruh Indonesia, kupon dengan jumlah pembelian tertentu, diskon harga dan sebagainya.

Penelitian ini peneliti hanya fokus pada salah satu Planet Sport yang ada di Kota Padang. Perkembangan teknologi yang pesat di Kota Padang. Planet Sport Padang menawarkan produk-produk yang mereka miliki dengan memberikan harga diskon, kenyamanan konsumen, serta menawarkan produk-produk yang berkualitas

sehingga dapat mendorong masyarakat untuk berminat berbelanja secara langsung di Planet Sport Padang.

Belanja secara langsung adalah kegiatan pembelian produk (baik barang ataupun jasa) dengan cara mengunjungi langsung toko atau outlet penyedia barang atau jasa. Kegiatan belanja langsung meliputi kegiatan *Business to Business* (B2B) maupun *Business to Consumers* (B2C). Sementara kegiatan belanja langsung dikaitkan dengan B2C karena kegiatan pembelian yang dimaksudkan adalah kegiatan pembelian yang digunakan oleh konsumen sendiri, tidak dijual kembali. Kegiatan belanja langsung di sini adalah transaksi yang bersifat ritel dengan pembeli individu, sehingga belanja langsung merupakan sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu secara langsung (Turban, *et al* , 2004).

Kepribadian atau *image* toko menggambarkan apa yang dilihat dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu. Bagi konsumen, kepribadian itu juga mewakili suatu gambaran dan merancang apa yang diinginkan, dilihat, dan dirasakan oleh konsumen terhadap toko tertentu. Menciptakan sebuah *image* yang baik bagi konsumen adalah pekerjaan yang tidak mudah. menciptakan sebuah *image* yang baik bagi konsumen adalah pekerjaan yang tidak mudah (Soebagyo & Hartono, 2014). *Store Image* merupakan gabungan antara faktor fisik misalnya tata letak barang, kebersihan ruangan, dan lain-lain dengan faktor *non* fisik misalnya kecepatan layanan terhadap keluhan, keramahan karyawan, ketelitian kasir yang kesemuanya itu dapat diterima dan dirasakan akibat dan manfaatnya sebagai kesan konsumen dari suatu toko (Soebagyo & Hartono, 2014). Dengan adanya *store image* yang bagus dapat

menarik dan membuat memberikan rasa nyaman dan kepercayaan bagi pelanggannya untuk menciptakan *image* positif dari setiap pelanggannya dan dapat menambah minat beli pelanggannya.

Minat beli konsumen selalu terselubung dalam tiap diri individu yang mana tak seorang pun bisa tahu apa yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (NST & Hanifa, 2014). Dengan demikian, dengan mempelajari hubungan antara promosi, toko gambar dan niat beli berguna bagi manajer penjualan dalam memperoleh manajerial solusi yang efektif dalam meningkatkan pendekatan promosi dan citra toko.

Berdasarkan latar belakang diatas dalam penelitian ini penulis akan membahas mengenai pengaruh *price discount* (potongan harga), *store image* (citra toko) yang berpengaruh pada *purchase intention* (minat beli) ketika berbelanja pada Planet Sport Padang.

Maka, judul dari penelitian ini “**Pengaruh *Price Discount* dan *Store Image* terhadap *Purchase Intention* konsumen pada Planet Sport Padang.**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

- 1 Se jauh manakah *Price Discount* (potongan harga) memberikan pengaruh terhadap *Store Image* (citra toko) oleh konsumen ?
- 2 Se jauh manakah *Store Image* (citra toko) memberikan pengaruh terhadap *Purchase Intention* (minat beli) oleh konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka dapat diambil beberapa tujuan dari penelitian, sebagai berikut :

- 1 Mengetahui bagaimana pengaruh *Price Discount* (potongan harga) pada *Store Image* (citra toko)
- 2 Mengetahui bagaimana pengaruh *Store Image* (citra toko) pada *Purchase Intention* (minat beli)

4 Manfaat Penelitian

Dengan maksud dan tujuan yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- 1 Manfaat akademis
Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dan umumnya penulis berikutnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan referensi dalam pengembangan ilmu pemasaran pada umumnya, khususnya mengenai faktor-faktor mempengaruhi minat beli yang dilakukan oleh konsumen.
- 2 Manfaat Praktis
Dapat mengungkapkan proses pembentukan *Purchase Intention* (minat beli) pada produk Planet Sport Padang. Dengan memahami *Purchase Intention* (minat beli) dapat memberikan gambaran, informasi, pandangan, dan sasaran yang berguna bagi para pebisnis ritel secara *online* dan dapat mengembangkan strategi dalam memanfaatkan kesempatan saat

konsumen berbelanja. Dan dengan adanya hasil ini dapat menjadi pemahaman pada pemasar untuk meningkatkan kinerjanya melalui variabel-variabel keputusan yang ada tentang *Price Discount* (potongan harga), dan *Store Image* (citra toko).

5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan di bahas mengenai pengaruh *Price Discount* (potongan harga), dan *Store Image* (citra toko) terhadap *Purchase Intention* (minat beli) pada Planet Sport Padang.

6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Literatur

Bab ini berisi tentang tinjauan literatur mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang *design* penelitian, operasional variabel, metode yang digunakan, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian dan pembahasan hipotesis.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

