

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sepak bola merupakan salah satu cabang olahraga yang dipengaruhi oleh faktor teknis dan non-teknis yang tidak bisa dipisahkan. Salah satu faktor yang termasuk ke dalam faktor teknis dan non-teknis diantaranya adalah supporter bola dan atribut bola. Setiap negara memiliki supporter yang berbeda-beda serta memiliki panggilan tersendiri untuk kelompoknya antara lain untuk supporter Italia, Roligan untuk supporter Denmark dan Tartan Army untuk supporter Skotlandia Lucky & Setyowati didalam penelitian (Assyaumin, Yunus, & Raharjo, 2017).

Sepak bola tidak lepas dari supporter atau fans club bola beserta merchandise club tersebut. Merchandise sendiri merupakan salah satu bidang yang berperan dalam menentukan keunggulan dari sebuah supporter sepak bola. Adapun bentuk dari macam-macam merchandise seperti syal, gantungan kunci, kaos, jersey bola, bendera, topi dan stiker. Merchandise adalah bagian dari ritail mix dimana perusahaan melakukan kegiatan pengadaan produk-produk yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko untuk disediakan dalam jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai toko atau perusahaan ritel Hendri didalam penelitian (Putra, 2016).

Manfaat dari penjualan cinderamata atau merchandise itu sendiri sangat penting sebagai penunjang finansial dari sebuah club sepak bola dan

konsumen dari merchandise biasanya adalah supporter sepak bola atau fans club.

Sejalan dengan perkembangan dalam bidang ekonomi, maka pengembangan dunia bisnis atau usaha dalam bidang olahraga juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang sangat pesat. Semua itu dibuktikan dengan banyak bermunculan usaha atau bisnis distro yang memproduksi atribut supporter sepakbola dengan berbagai nama distro seperti Persebaya Store, RealB Store, Emosi Jiwaku (EJ) Shop, Green Shop, RL Green Home, Official Kasbon dan masih banyak lainnya. Semuanya bersaing memproduksi barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para supporter yang semakin meningkat. Hal ini akan menimbulkan persaingan yang begitu ketat pada dunia bisnis itu sendiri.

Salah satu distro yang memproduksi atribut supporter sepakbola adalah Districk27 Store yang terletak di wilayah Surabaya utara. Nama Districk27 diambil dari bahasa Inggris dimana Districk yang artinya kecamatan dan 27 diambil dari tahun lahirnya club yang ada di Surabaya yaitu PERSEBAYA Surabaya. Districk27 memproduksi beragam atribut sepakbola dari kalangan usia remaja hingga dewasa, Districk27 terus berinovasi dan memberikan produk yang berkualitas agar pada konsumen tidak berpindah ke kompetitor lain yang juga sama-sama saling bersaing mempromosikan produk yang mereka tawarkan. Pada dasarnya untuk mempertahankan konsumen perlu adanya upaya untuk memperkenalkan produk melalui komunikasi pemasaran yaitu promosi.

Permasalahan yang ada yaitu jika cara atau metode promosi yang digunakan tepat maka promosi bisa diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan produk. Promosi merupakan informasi atau komunikasi yang digunakan oleh pengusaha dalam memperkenalkan dan menawarkan produk kepada konsumen, karena melalui promosi dapat menarik dan memberikan dorongan untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga dapat meningkatkan penjualan.

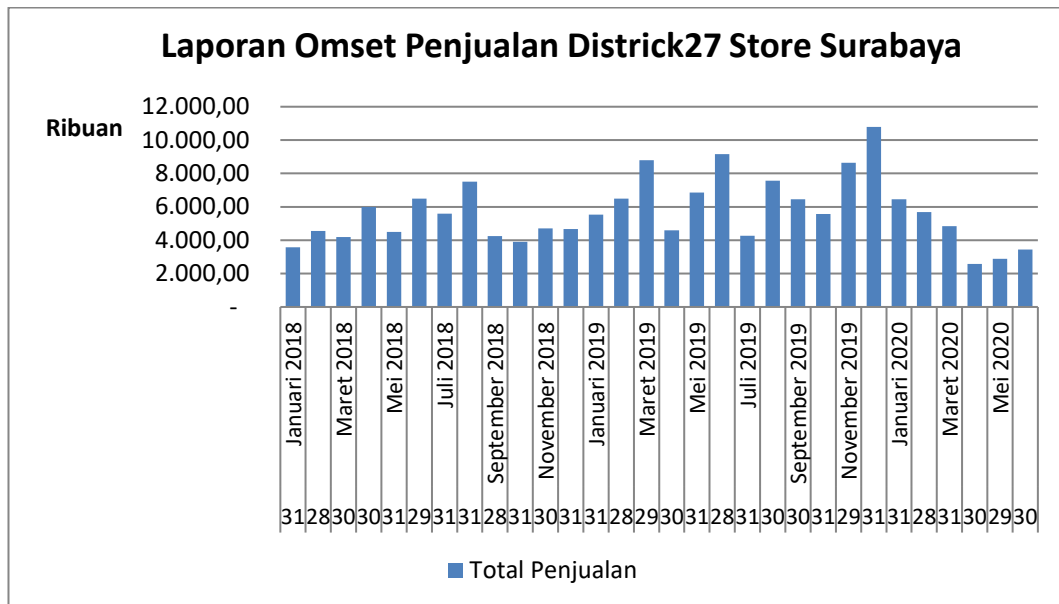
Suatu usaha jika ingin mencapai tingkat penjualan yang maksimal, perusahaan dapat memakai beberapa macam bauran promosi yaitu : promosi penjualan, memberikan potongan harga atau diskon. Namun dari semua promosi tersebut perlu pula dipertimbangkan apakah biaya yang dikeluarkan untuk promosi dapat memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan volume penjualan dan sejauh mana promosi dapat menarik konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Bisnis atau usaha perlu melihat pentingnya konsumen untuk menentukan keputusan pembelian, salah satunya adalah lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk menentukan usaha. Pemilihan lokasi untuk setiap bentuk kegiatan dalam proses produksi sangat menentukan efektifitas dan efisiensi keberlangsungan kegiatan tersebut. Suatu lokasi yang optimal secara ekonomis dapat mengurangi beban biaya yang ditanggung oleh suatu bentuk kegiatan usaha. Sama halnya dengan Districk27 yang lokasinya terletak di

wilayah Surabaya utara yang padat penduduk dan sebagian besar banyak terdapat komunitas penggemar sepakbola dan dekat dengan area pasar.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling utama untuk sebuah usaha yang digunakan sebagai senjata untuk memasarkan suatu produk. Konsumen pada Districk27 bisa merasa puas dengan produk yang dijual, maka yang harus dilakukan Districk27 memberikan kualitas produk yang cukup baik dan juga menyediakan berbagai variasi atribut supporter bola agar konsumen bisa puas memilih produk yang diinginkan. Tersedia berbagai macam produk yang dijual di Districk27 antara lain seperti: jersey, kaos, tas, jaket, jumper, topi, syal dengan kualitas produk yang ditawarkan cukup baik.

Districk27 Store Surabaya cukup banyak diminati oleh konsumen baik pembelian secara langsung maupun secara online, namun persaingan yang ketat memiliki dampak tertentu pada kegiatan usahanya. Persaingan mengakibatkan terjadinya fluktuasi pada volume penjualan dan jumlah konsumen. Penjualan di Districk27 Store Surabaya tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun terhadap volume penjualan dan jumlah konsumen setiap bulannya, fluktuasi penjualan dapat dilihat pada data penjualan sebagai berikut:



Sumber : Peneliti, 2020

Gambar 1.1 Laporan Omset Penjualan Districk27 Store Surabaya

Berdasarkan data penjualan pada gambar 1.1, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi penjualan dari bulan Januari 2018 sampai dengan Juni 2020 dimana penjualan terendah terjadi pada bulan April 2020 sebesar Rp. 2.575.000 dan tertinggi pada bulan Desember 2019 sebesar Rp. 10.578.000. Penjualan terendah pada bulan Juni 2020 terjadi karena bertepatan pada bulan adanya pandemic Covid19 yang mengakibatkan minimnya pembelian baik secara langsung ataupun secara online. Laporan omset penjualan tertinggi dibulan Desember 2019 terjadi karena adanya promo diakhir tahun. Hal ini mungkin dapat diatasi apabila pihak Districk27 Store Surabaya mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memperbaikinya.

Penelitian mengenai pengaruh lokasi, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian, pernah diteliti oleh beberapa peneliti

terdahulu, diantaranya (Magda, 2017) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada El's Coffee Kartini Bandar Lampung). Dengan hasil kesimpulan bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian memiliki kontribusi sebesar 70,1%. Pengujian secara parsial diketahui variabel yang paling berpengaruh paling pesat terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk , dan variabel yang paling rendah pengaruhnya adalah variabel harga. Pengujian secara simultan diketahui bahwa variabel persepsi kualitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Daironi (2017) meneliti Tentang Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Di Wilayah Gentan Kabupaten Sukoharjo. Dengan hasil kesimpulan pengaruh harga, promosi, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas yang secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan juga terdapat pengaruh secara bersama-sama harga, promosi, kualitas produk, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Santoso & Hidayat (2019) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Rotiboy Di Mall Kota Semarang). Dengan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif secara parsial terhadap keputusan pembelian dan variabel

yang memiliki pengaruh positif terbesar yaitu kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa faktor promosi, lokasi, dan kualitas produk merupakan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian, oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yang meliputi lokasi, harga, dan kualitas produk perlu untuk diketahui oleh Districk27 Store Surabaya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen sebaik mungkin kedepannya.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Promosi, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Usaha Districk27 Store Surabaya”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diungkapkan, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di usaha Districk27 Store Surabaya?
2. Apakah lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di usaha Districk27 Store Surabaya?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian di usaha Districk27 Store Surabaya?

4. Apakah promosi, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian di usaha Districk27 Store Surabaya?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi positif terhadap keputusan pembelian di Districk27 Store Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif lokasi terhadap keputusan pembelian di Districk27 Store Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Districk27 Store Surabaya.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif promosi, lokasi dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di Districk27 Store Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Wijaya Home Center: untuk memberikan saran dan masukan yang bermanfaat bagi Wijaya Home Center sehingga bisa memperhatikan masalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Di Wijaya Home Center

2. Bagi Peneliti: untuk tambahan ilmu dan pengetahuan serta informasi yang digunakan dalam penelitian.
3. Bagi Universitas Muhammdiyah Surabaya: sebagai perbendaraan perpustakaan dan referensi yang dapat memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian dibidang yang sama.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi ini dapat dipaparkan sebagai berikut :

Bab 1 : Pendahuluan, bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang memberikan gambaran garis besar tentang hal-hal yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini, rumusan masalah yang memerlukan pemecahan, tujuan penelitian yang berdasarkan rumusan masalah, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

Bab II : Tinjauan Pustaka, bab ini berisi hal studi kepustakaan yang mengemukakan konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan, dan sebagai tuntunan dan landasan dalam pembahasan atas permasalahan yang ada dan penelitian terdahulu, kerangka konseptual.

Bab III : Metode Penelitian, bab ini berisi tentang pendekatan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini untuk dapat menjawab masalah yang telah dirumuskan, ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam laporan ini, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data serta teknis analisis.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan, dimana pada bagian ini dijelaskan tentang profil perusahaan tempat penelitian secara lebih mendalam, menjelaskan atau mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan. Pembahasan, dimana pada bagian ini menjawab masalah penelitian atau menunjukkan bagaimana tujuan penelitian itu dicapai, menafsirkan temuan-temuan dengan menggunakan teori-teori yang ada dan proporsisi.

Bab V : Penutup, menjelaskan tentang kesimpulan yang dapat diambil dari keseluruhan teori dan pembahasan yang telah disampaikan dalam bab-bab sebelumnya, serta saran yang diberikan oleh penulis dimana diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam pengembangan perusahaan.

