

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis toko *fashion* merupakan peluang usaha yang sejak dulu sampai saat ini memang tidak pernah surut bahkan terus berkembang sesuai dengan zaman yang semakin maju. Membicarakan bisnis *fashion* memang tidak akan pernah ada habisnya. Perlu kita ketahui bahwa mungkin bisnis *fashion* merupakan peluang bisnis yang sangat menjanjikan. Sangat menarik apabila kita membahas bisnis *fashion* yang sangat mempunyai prospek ke depannya. Tetapi bisnis *fashion* pula memiliki resiko seperti bisnis lainnya apabila tidak ada inovasi-inovasi dalam mengembangkan bisnis *fashion*.

Fashion bukan lagi menjadi barang mahal saat ini dan banyak orang yang mengambil peluang bisnis satu ini dijadikan bisnis masa depan yang menjanjikan. Usaha *fashion* merupakan usaha yang paling banyak diminati wanita terutama mereka yang memiliki modal besar. Bukan hanya memiliki modal besar saja namun bagi mereka yang bermodal kecil ataupun tanpa modal juga bisa memiliki usaha *fashion* ini. *Fashion* sampai kapan pun tetap menjadi kebutuhan banyak orang sehingga peluang usaha ini tetap menjadi pilihan banyak orang.

Usaha *fashion* memiliki banyak keuntungan dibandingkan dengan usaha lainnya karena tanpa modal anda tetap bisa menjalankan usaha ini. Bila dibandingkan dengan usaha lainnya, resiko kerugian usaha ini masih sangat minim karena peminatnya sangat banyak. *Fashion* menjadi objek

bisnis yang menggiurkan apalagi ketika akan lebaran atau hari raya tertentu. Usaha *fashion* bisa dilakukan di mana saja sekalipun anda menjadi pekerja kantor.

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas, di mana tujuannya untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut. Promosi juga adalah kegiatan pemasaran yang umum dilakukan tenaga pemasar untuk memberikan informasi suatu produk dan mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk tersebut. Cara dan media promosi ada banyak sekali, bahkan metode promosi selalu berkembang dari waktu ke waktu.

Toko *Fashion* Hilal-Fahri melakukan promosi dengan menggunakan gambar yang menarik agar orang-orang akan lebih berminat melihat iklan promosi yang disediakan lengkap dengan gambar yang relevan dan menarik. Pemilik toko *fashion* Hilal-Fahri juga sering melakukan promosi dengan memberikan harga diskon kepada pelanggan yang membeli beberapa jenis produk *fashion* di toko tersebut.

Upaya promosi yang dilakukan toko *fashion* Hilal-Fahri, yaitu dengan membangun kedekatan dan keakraban sebagai satu keluarga besar antara pemilik toko dan konsumen. Menggali informasi tentang produk pakaian yang disukai dan diinginkan konsumen baik dari segi model, motif, harga, dan warna.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Toko Hilal-Fahri didirikan pada tahun 2008 di Pasar Sentral lama Kab. Poso. Setelah adanya pembongkaran dan pemindahan Pasar Sentral Poso maka pemilik toko hanya melakukan penjualan keliling dari desa ke desa selama satu tahun.

Pada tahun 2017 toko *Fashion* Hilal-Fahri kembali dibuka di wilayah Kabupaten Poso, dan beralamat di Jln. Jendral Sudirman Kelurahan Kasintuwu, usaha toko ini dikembangkan oleh Bapak USMAN MUDE dengan dibantu 2 karyawan.

Mendapatkan minat beli konsumen yang banyak bukan merupakan hal mudah seiring dengan peningkatan jumlah Toko *Fashion* di pusat kota Poso, sehingga apabila perusahaan tidak dapat menanggulangi masalah ini dengan menggunakan suatu strategi pemasaran yang baik maka perusahaan akan kehilangan banyak konsumen yang dapat menurunkan omset perusahaan dan efeknya perusahaan akan mengalami kerugian. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan di toko Hilal-Fahri ditemukan permasalahan di antaranya pergantian *mode fashion* yang terlalu cepat sehingga barang yang lama tidak laku terjual.

Dari permasalahan di atas penulis tertarik untuk meneliti toko tersebut dengan judul “ **Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*** “

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1.2.1. Apakah *advertising* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.2.2. Apakah *sales promotion* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.2.3. Apakah *personal selling* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.2.4. Apakah *direct marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.2.5. Apakah *advertising, sales promotion, personal selling* dan *direct marketing* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh *advertising* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh *sales promotion* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.

- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh *personal selling* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.3.4. Untuk mengetahui pengaruh *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.
- 1.3.5. Untuk mengetahui pengaruh simultan *advertising, sales promotion, personal selling* dan *direct marketing* terhadap keputusan pembelian pada Toko *Fashion Hilal-Fahri*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1.4.1. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi perusahaan berkaitan dengan Promosi.
- 1.4.2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis.
- 1.4.3. Bagi penulis salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso.
- 1.4.4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.