

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sepatu merupakan salah satu jenis alat kaki yang berfungsi untuk melindungi keseluruhan kaki. Menurut kamus besar Indonesia (KBBI) sepatu diartikan lapik atau pembungkus kaki yang biasanya dibuat dari kulit (karet dsb), bagian telapak dan tumitnya tebal dan keras sepatu memiliki fungsi yang lebih komplit dibandingkan dengan sandal .dimana sepatu tidak hanya menjaga telapak kaki dari benda tajam, tetapi juga melindungi bagian atas kaki hingga tumit.

Sepatu sudah bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari untuk menunjang segala kegiatan, bukan hanya menjadi sesuatu untuk kaki namun, berdasarkan artikel wolipop disebuah web resmi Indonesia dijelaskan Sebab asesoris sepatu digunakan untuk semua kalangan untuk mngespresikan rasa fesiennya .

Sudah perkembangan mode yang terus bermunculan dan berkembang dengan cepatnya memacu kita sebagai generasi muda untuk lebih kreatif dalam mengembangkan sebuah karya cipta dengan harapan tanpa menghilangkan unsur indonesia itu sendiri

PD. Cantik salah satu toko yang berada dikota Poso yang menyediakan berbagai jenis sepatu untuk semua kalangan dan menyediakan berbagai macam merek sepatu dan ditoko PD. Cantik tersebut menyediakan harga yang lebih murah dan mudah dijangkau oleh semua kalangan, dan demikian toko PD. Cantik

tersebut banyak yang meminati karena kualitasnya yang sangat bagus dan bahan yang sangat berkualitas sehingga banyak konsumen yang mau membeli ditoko PD. Cantik. Selain itu desain-desian yang begitu elegan di toko PD Cantik tersebut. Dan konsumen beranggapan bahwa produk sepatu di PD. Cantik keluaran terbaru sehingga konsumen yang membeli sepatu tersebut dapat mengikuti perkembangan gaya hidup dizaman modern sekarang.

Pada dasarnya keputusan pembelian ialah satu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan sesuatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam keputusan Menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen seiring dihadapkan dengan bebreapa pilihan dalam menggunakan satu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Adanya kecenderungan pengaruh produk, pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tersebut, mengisyaratkan bahwa manajemen perusahaan perlu mempertimbangkan aspek perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen adalah tahap di mana pembeli telah menentukan pilihanya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas kebutuhan dan keinginan (Suharno,2010:96).

Sebagaimana yang dikatakan oleh Ferrell dan Hartline (2011:154) bahwa proses pembelian konsumen digambarkan melalui lima tahap aktivitas dimana konsumen mungkin melakukan pembelian barang atau jasa. Proses pembelian

dimulai dengan dengan pengenalan kebutuhan konsumen lalu berlanjut kepada tahap pencarian informasi, mengevaluasi pilihan alternatif, keputusan pembelian, dan yang terakhir evaluasi pasca-pembelian. penjelasan lima tahap keputusan pembelian ialah sebagai berikut pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi pilihan alternatif, keputusan pembelian, evaluasi pasca-pembelian.

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli (Kotler 2000). keragaman produk menciptakan ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat variatif sehingga menimbulkan banyaknya pilihan dalam proses belanja konsumen. Seringkali konsumen dalam proses belanjanya, keputusan yang diambil untuk membeli suatu barang adalah yang sebelumnya tidak tercantum dalam belanja barang. Keragaman produk merupakan daya tarik bagi konsumen terutama dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi. Alternatif pilihan yang lebih bervariasi bagi konsumen dapat mendorong kepuasan konsumen (Botti & Iyengar 2006).

Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Adanya keragaman produk yang baik perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus dipertahankan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini mampu untuk masa mendatang. Menurut (Kotler & Keller 2007) keragaman produk adalah

kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

Variasi produk merupakan suatu proses menciptakan suatu produk yang beragam baik dari ukuran, harga maupun tampilannya, perusahaan perlu mengembangkan variasi produk secara berkesinambungan seiring dengan perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen yang senantiasa berubah.

Dari hasil artikel penelitian Sri Wilujeng (2015) menunjukkan bahwa variabel keragaman produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan dari hasil artikel penelitian Titik Efnita (2017) menunjukkan bahwa variasi produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang serta penelitian timbul keinginan penelitian untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman produk Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko PD Cantik Poso”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini:

- 1.2.1. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko PD. Cantik Poso
- 1.2.2. Apakah variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko PD. Cantik Poso

- 1.2.3. Apakah keragaman produk dan variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko PD. Cantik Poso

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu:

- 1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Toko PD Cantik Poso
- 1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh variasi merek terhadap keputusan pembelian di Toko PDCantik Poso
- 1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan variasi merek terhadap keputusan pembelian di Toko PD Cantik Poso

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut:

- 1.4.1. Dengan penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen yang berkaitan dengan keragaman produk dan variasi merek.
- 1.4.2. Dengan penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan serta bahan referensi bagi yang akan datang.
- 1.4.3. Bagi penulis salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsimar