# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang Masalah

Pada masa sekarang ini perkembangan *fashion* dibidang aksesoris semakin pesat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jenis aksesoris yang dijual di toko grosir, pusat perbelanjaan, dan swalayan. Keberhasilan toko aksesoris dapat ditentukan oleh kualitas, baik kualitas produk yang dipasarkan maupun strategi pemasaran, termasuk *display*, harga, promosi, pelayanan, citra merek dan *interior* dalam pemasaran toko. Pangsa pasar inilah yang membuat persaingan ketat bagi para pelaku bisnis. Persaingan yang kuat menuntut pengusaha memiliki strategi, pemikiran yang matang, dan pemahaman karakter agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Semakin banyak para pembisnis membuka usaha toko aksesoris memperlihatkan bisnis ini memiliki banyak konsumen dengan minat beli yang banyak. Dilihat dari sisi penataan barang (*display produk*) yang rapi dan menarik menjadi suatu alasan konsumen untuk memilih toko aksesoris. Pembelian barang juga didasarkan pada gaya hidup konsumen yang mengikuti trend masa kini, maka dari itu perusahaan harus menjual produk dan jasa yang terbaik mengingat persaingan yang ketat. Pembisnis dapat menentukan langkah yang cepat dan tepat supaya bisa mencapai tujuan perusahaan. Terdapat faktor kualitas pelayanan, *display produk*, citra merek dan gaya hidup dapat diperhatikan sebelum melakukan keputusan pembelian.

 Astari (2019), proses pengambilan keputusan konsumen merupakan hal yang penting dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Bagi konsumen, proses pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan penting karena di dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Bisa juga dengan membangun hubungan erat yang dapat diciptakan melalui komunikasi dua arah sehingga menimbulkan keputusan pembelian terhadap suatu toko (Lastriyani & Purnamasari, 2021).

 Luthfianto & Suprihhadi (2017), sikap dan perilaku dalam kualitas pelayanan sangat penting untuk memberikan pelayanan terbaik kepada pimpinan perusahaan, karyawan, dan konsumen. Usaha tersebut dapat mengukur seberapa baik kualitas pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan. Karyawan mampu berkomunikasi dan menguasai produk dengan baik akan memudahkan konsumen dalam memahami produk yang ditawarkan sehingga akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen (Marsella *et al*., 2020). Pada penelitian Luthfianto & Suprihhadi (2017) “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea” menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil penelitian (Marsella *et al*., 2020) dengan judul “Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Butik Nabila Lumajang” menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

 Faroji & Rifuddin (2021), dalam meningkatkan teknik *display* di toko agar lebih kreatif dan inovatif sehingga bisa terlihat menarik perhatian pelanggan. *Display* produkdigunakan sebagai kegiatan dari suatu perusahaan untuk menampilkan barang dagangan baik dalam ruangan maupun diluar luar ruangan agar bisa mempengaruhi calon konsumen secara langsung maupun tak langsung terhadap barang yang akan dijual (Ilyasa, 2018). Hasil penelitian Faroji & Rifuddin (2021) dengan judul “Pengaruh *Display* Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Bina Agramulya Di Cimone” menyatakan bahwa variabel *display* produk mempengaruhi keputusan pembelian, dan penelitian Ilyasa, (2018) dengan judul “Pengaruh Tempat Usaha, *Display* Produk Dan *Personal Selling* Secara Islam Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Batik Desa Trusmi Kabupaten Cirebon Tahun 2018” menyatakan bahwa *display* produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Citra merek dapat dikatakan sebagai seperangkat ingatan tentang merek yang ada dibenak konsumen berupa atribut dan manfaat yang dialami konsumen (Hasibuan & Murtani, 2020). Penggunaan logo dalam perusahaan memungkinkan untuk mencari informasi tentang citra produk. Hal ini tidak hanya dijadikan sebagai pembeda dari persaingan, tetapi dapat mencerminkan kualitas visi dan misi perusahaan (Agustina *et al*., 2019). Pada penelitian Hasibuan & Murtani, (2020) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Rejoice 3 *In* 1 Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Potensi Utama)” menyatakan bahwa Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan peneliti Agustina *et al.,* (2019) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek, Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO” menyatakan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengatur waktu dan uang guna menentukan pola konsumsi konsumen. Pengaruh maju mundurnya perusahaan dikarenakan pola hidup seseorang yang menentukan kapan akan mengeluarkan uang dan mengalokasikan waktu (Wowor *et al.,* 2021). Pembelian dapat mempengaruhi kuat atau lemahnya proses keputusan pembelian dalam suatu perusahaan. Di era yang semakin modern ini, sangat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan produk mana yang akan dibeli (Ivana Sianturi *et al.*, 2019). Hasil penelitian (Wowor *et al.*, 2021) yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado menyatakan bahwa variabel gaya hidup mempengaruhi keputusan pemebelian, dan penelitian (Ivana Sianturi *et al*., 2019) yang berjudul *The Influence of Service Quality and Promotion on Consumers’ Repurchase Decision with Shopping Life Style as a Variable Moderating at Franchise Minimarket in Medan* menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

Toko Queen Accesories salah satu toko grosir yang sudah cukup terkenal di Solo. Beralamat di Jl. Dr Radjiman no.136 Coyudan Solo (sebelum matahari singosaren dari timur) buka setiap hari jam 08.30 – 20.00 WIB.

Toko aksesoris yang menyediakan berbagai macam pernak-pernik yang diminati konsumen dan menyesuaikan trend masa kini, karena sekarang ini konsumen membeli barang melihat dari kelengkapan barang yang dijual serta mengikuti gaya hidup konsumen masa kini.

Permasalahan yang terdapat di Toko Queen Accessories Solo tersebut mencangkup keempat variabel, karena banyak konsumen yang mengeluh atau memberikan masukan kepada pihak toko aksesoris menyangkut keempat variabel. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengangkat keempat variabel tersebut untuk diteliti agar dapat menjawab keluhan dan masukan dari konsumen Toko Queen Accessories Solo.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai, “Kualitas Pelayanan, *Display* *Produk*, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Queen Accessories Solo”

## Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada empat variabel sebagai pengaruh Kualitas Pelayanan, *Display Produk*, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di Toko Queen Accessories Solo, yaitu : Kualitas Pelayanan, *Display Produk*, Citra Merek dan Gaya Hidup.

## Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Queen Accesories Solo?
2. Apakah Display Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko Queen Accesories Solo?
3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Toko Queen Accessories Solo?
4. Apakah Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Toko Queen Accessories Solo?

## Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo
2. Untuk mengetahui pengaruh display produk terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo

## Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini secara teoritis diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang luas bagi penelitian selanjutnya di bidang Manajemen Pemasaran.

1. Manfaat Praktis
2. Bagi Akademis

Sebagai bahan referensi dan informasi serta bagi para penulis selanjutnya yang membutuhkan di masa yang akan datang.

1. Bagi Peneliti

Sarana untuk peneliti agar dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan mengevaluasi teori dengan baik.

1. Bagi Perusahaan

Menjadi bahan pertimbangan bagi Toko Queen Accessories Solo dalam menerapkan kebijakan dan untuk meningkatkan keputusan pembelian.