

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir ini usaha ritel mulai banyak di Semarang, mulai dari minimarket, supermarket hingga hypermarket. Hal ini juga di dukung oleh meningkatnya jumlah penduduk Kota Semarang, karena dengan peningkatan jumlah penduduk maka konsumen dan kebutuhan yang diperlukan juga semakin banyak. Sehingga para pengusaha menganggap Semarang sebagai pasar yang potensial. Untuk itu perusahaan dituntut untuk mampu bersikap dan bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan dilingkungan bisnis yang bergerak sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginan konsumennya.

Setiap perusahaan yang didirikan memiliki tujuan tertentu dalam perusahaannya. Salah satu tujuan perusahaan tersebut adalah dengan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Tingkat keuntungan dapat dipertahankan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, salah satunya melalui usaha mencari dan membina langganan. Hal terpenting saat ini, menurut Philip Kotler (2005) adalah kenyataan bahwa pasar berubah lebih cepat dari pada pemasaran. Kegiatan pemasaran ini tidak bisa lepas

dari perilaku konsumen yang menjadi target pasar suatu perusahaan.

Momen-Momen tertentu pun dimanfaatkan sedemikian rupa untuk menarik konsumen sebanyak mungkin. Untuk itu banyak hal yang harus dipersiapkan sebelum menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan dalam usaha mempengaruhi pasar untuk melakukan keputusan pembelian. Strategi pemasaran yang berorientasi pada konsumen merupakan cara terbaik yang dapat dilakukan perusahaan. Perusahaan dalam hal ini tidak hanya menjual produk, akan tetapi juga harus memahami apa yang diinginkan konsumen sehingga akan berpengaruh keputusan pembelian pada konsumen.

Pengambilan keputusan pada konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang bersifat individual (*internal*) maupun yang berasal dari lingkungan (*eksternal*). Keputusan pembelian sendiri adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Kotler dan Keller, 2011). Selain itu Midnight Sale merupakan suatu promosi penjualan dengan program diskon pada tengah malam (Mix, 2005 dalam Sudarwanto; 2009).

Lebih lanjut Gaya hidup (Kotler dan Keller 2012,192) diartikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (AIO). Widjaja (2009) mengutarakan bahwa konsumen termotivasi dalam berbelanja karena unsur dan dorongan kebutuhan yang muncul karena *lifestyle*(gaya hidup). Sehubungan dengan lokasi menurut Tjiptono dalam Wahyudi (2014:7) “Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa dengan mementingkan

segi ekonominya”, Pemilihan lokasi penjualan merupakan bagian penting dalam saluran distribusi. lokasi yang baik menjamin tersedianya akses dengan cepat, dan sejumlah besar konsumen dan cukup kuat untuk mengubah pola berbelanja dan pembelian konsumen.

Tidak hanya midnight sale, gaya hidup dan lokasi, kualitas pelayanan juga harus diperhatikan, dengan kualitas layanan yang baik akan menimbulkan keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Menurut Tjiptono (2012:152) kualitas merupakan “kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

Matahari Department Store sendiri adalah sebuah jaringan toko serba ada yang menjual baju dan pakaian lainnya. Perusahaan ini merupakan anak cabang dari PT Matahari Putra Prima Tbk. Terdapat sebanyak 79 jaringan toko yang tersebar di seluruh Indonesia. Sebagian jaringan toko Matahari mempunyai ritel toko Mitra Adhiperkasa karena harganya lebih murah dibanding dengan Sogo ataupun Debenhams. Selain menjual pakaian jadi, Matahari department store juga menjual berbagai produk antara lain kosmetik, parfum, sepatu dan sandal, kacamata, tas, dan lain sebagainya. Ditengah persaingan usaha, Matahari Department Store harus mampu bersaing dengan memberikan value yang berbeda dimata konsumen dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat bertahan di tengah ramainya persaingan dan guna meningkatkan omset penjualan. Produk yang ditawarkan oleh matahari dipastikan produk yang mengikuti perkembangan zaman yang juga

diharapkan oleh pasar. Matahari juga selalu menyuguhkan program menarik untuk konsumennya, Selain itu matahari department store juga harus menentukan strategi dan rancangan pengembangan produk lain yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan melakukan inovasi atau mengikuti perkembangan trend pasar saat ini.

Selain masalah yang telah diuraikan diatas, dalam beberapa penelitian mengenai variabel midnight sale , gaya hidup, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian. Hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut menunjukkan bahwa dalam variabel yang digunakan menunjukkan adanya *research gap*. Hasil penelitian yang dilakukan antara lain:

TABLE 1. 1 ANALISIS GAP

No	Variabel	judul	penulis	hasil
1	Midnight Sale	“Pengaruh Strategi Promosi Mignight sale terhadap keputusan pembelian konsumen”.	Sudarwanto (2009)	Strategi Promosi Midnight Sale berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian
		“Pengaruh Strategi Promosi Midnight Sale dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Konsumen Super Indo Cabang Antapani Bandung)”	Lely Dimyati (2014)	Strategi Promosi Midnight Sale tidak berpengaruh Signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian
2	Gaya Hidup	“Pengaruh iklan televisi,kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sabun kesehatan Dettol di swalayan ada setiabudi Semarang”	Mutoharoh, et al (2015)	Gaya Hidup Berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sabun kesehatan Dettol di swalayan ada setiabudi Semarang”
		Pengaruh Ekuitas Merek, Gaya Hidup, dan Persepsi	Risa Amelia (2016)	Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan

		Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Huawei di Surabaya		positif terhadap keputusan pembelian smartphone Huawei di Surabaya
3	Lokasi	“Pengaruh Lokasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen pada Distro Ouval Research dibuah batu Malang”.	Wibawa (2013)	Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Konsumen pada Distro Ouval Research dibuah batu Malang.
		“Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Cafe Coffee Toffee Di Kota Padang”.	Irfan Suhari,et.al (2015)	Lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan memilih Café Coffee Toffee di Kota Padang.
4	Kualitas Pelayanan	“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati PT.Seluler Media Infotama”	Isnaini, et al (2015)	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati PT.Seluler Media Infotama.
		Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta	Fenny Novfriday dan Nova Eviana (2015)	Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak signifikan Positif terhadap keputusan pembelian di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta

Berdasarkan uraian di atas, dimana pengambilan keputusan pada konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor,maka menarik untuk meneliti tentang

“PENGARUH STRATEGI PROMOSI MIDNIGHT SALE, GAYA HIDUP, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE SEMARANG”.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Dalam beberapa tahun terakhir ini kita tahu bahwa usaha ritel mulai banyak di Semarang. Hal ini juga di dukung oleh semakin meningkatnya jumlah penduduk Kota Semarang, karena dengan semakin meningkatnya

jumlah penduduk maka konsumen dan kebutuhan yang diperlukan juga semakin banyak. Oleh karena itu, Matahari Department Store dituntut bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan berdasarkan research gap dapat diketahui bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai hasil yang berbeda-beda. Maka berdasarkan latar belakang diatas Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu upaya mengetahui

1. Apakah faktor Midnight sale berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang ?
2. Apakah faktor Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang ?
3. Apakah faktor Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang ?
4. Apakah faktor Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang ?

1.3 BATASAN MASALAH

Agar penelitian ini tidak menyimpang dan keluar dari pokok permasalahan dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, maka diperlukan batasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi dalam beberapa hal :

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada konsumen Matahari department
2. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder
3. Penelitian ini di lakukan pada tahun 2017

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah disusun diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh Midnight Sale terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Semarang.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pengalaman serta dapat mengetahui pengaruh midnight sale, gaya hidup, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada matahari department store semarang.

2. Bagi Universitas AKI

Dapat digunakan sebagai dokumen ,bahan acuan atau pedoman dalam pembuatan proposal selanjutnya sehingga memperluas wawasan dan pandangan mahasiswa/i dalam kaitanya dengan keputusan pembelian.

3. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran tentang apa saja faktor yang mempengaruhi seseorang sebelum mereka membeli suatu produk. Dengan begitu diharapkan masyarakat menjadi lebih cerdas dan cermat membuat keputusan pembelian.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I : PENDAHULUAN

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

BAB II : LANDASAN TEORI

Berisi teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yaitu tentang strategi promosi midnight sale, gaya hidup, lokasi dan kualitas pelayanan. Selain itu juga terdapat penelitian terdahulu, batasan masalah kerangka pikir dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, definisi operasional dan konseptual, populasi dan sample, teknik pengambilan sample, jenis data, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum Matahari Department Store yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini.

BAB V : ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang hasil penelitian baik dari uji statistik yang dilakukan baik uji parsial maupun uji simultan, uji asumsi, pengujian hipotesis, koefisien determinasi serta pembahasannya.

BAB VI : PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia,Risa.2016.Pengaruh Ekuitas Merek, Gaya Hidup, dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Huawei di Surabaya. STIE Perbanas Surabaya.
- Andalkan Program Midnight Sale <http://www.koranjakarta.com/index.php/detail/view01/69509>
- Aprih Santoso dan Sri Widowati.2011. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.*Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, No. 2, FE USM, Halaman 179 – 190.
- Assegaff, Mohammad. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Kota Semarang). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 10 No. 2 Juli. Hal. 171- 186. Unisulla Semarang.
- Belanja Tengah Malam Bisa jadi Rekreasi, http://www.suaramerdeka.com/v1/index.php/read/news_cetak/2010/09/0364129/Belanja-Tengah-Malam-Bisa-JadiRekreasi
- Buchari Alma. 2006. *Pemasaran dan Pemasaran Jasa* , Alfabeta, Bandung.
- Danang, Sunyoto.2013.*Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Dimyati,Lely.2014Pengaruh Strategi Promosi Midnight Sale dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Konsumen Super Indo Cabang Antapani Bandung)”.Universitas Komputer Indonesia.
- Djatnika, Tjetjep.2007. *Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Dwijayanti, Gladis. 2011. *Rangsangan Penetapan Harga Ganjil dan Midnight Sale terhadap Persepsi Konsumen dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian*.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* .Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, Imam. 2009. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS “. Semarang : UNDIP.

Ghozali, Imam. 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D.2009.*Dasar-dasar Ekonometrika*.Buku 2.Edisi 5.Salemba Empat. Jakarta.

Hayat, Afra Wibawa Makna. 2012. Pengaruh lokasi dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada distro ouval research di Buah Batu Bandung. Diunduh 18 Maret 2016.

<http://www.matahari.co.id/about>

Irfan Suhari, Ice Kamela, Zeshasina Rosha. 2015.Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Memilih Cafe Coffee Toffee Di Kota Padang”.*Jurnal Manajemen*.Vol.7,No.2.

Kasali, Rhenald. 2008. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kincade. 2001. *Impact of Product-specific Variables on Consumers*. USA:International Journal of Consumers studies. Issue 22. Pp. 81-90.

Kompasiana.2014.Kriteria Model Statistik yang Baik.(Online)

Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Penerbit PT. Prenhallinda, Jakarta.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Kotler, P. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Penerbit PT. Prenhallinda. Jakarta. . 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Armstrong. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Cetakan Kedua, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, P dan Keller, L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management*, Edition 14, England: Pearson Education.

Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran jasa*, Jakarta: Salemba Empat.

Sofa. 2008. *Teori Lokasi*. Tersedia di <http://massofa.wordpress.com> (03 Agustus 2008)

Mutoharoh., Leonardo Budi Hasiolan., dan Maria Magdalena Minarsih. 2015. Pengaruh Iklan Televisi, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Kesehatan “Dettol” Di Swalayan Ada Setiabudi Semarang. Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

Nugroho, Marno dan Ratih Paramita. 2009. Analisis Pengaruh Lokasi, Keanekaragaman Barang Terhadap Keputusan Berbelanja dan Loyalitas Konsumen di Carrefour Semarang. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Januari, Vol. 10, No. 1.

Novfriday, Fenny dan Nova Eviana. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Bebek Kaleyo Cabang Tebet Jakarta.

Notoatmodjo, S. 2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta.

Priyatno, Duwi. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Andi Offset.

Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson .2000. Consumer Behaviour : *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.

Sudarwanto, T. 2009. Pengaruh Strategi Promosi Midnight Sale Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Logos* .Vol.6 No.2 Januari 2009, 192-207.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Suwarman, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit: PT Ghalia Indonesia, Bogor

Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.

Sunyoto, Danang. 2013. *Teori Kuesioner, dan Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Supranto, dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua, Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.

Setiadi, J., dan Nugroho.2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi, Penerbit Prenada Media Grup, Jakarta.

Tjiptono Fandy, 2006. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy.2009. *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono. 2012. *Service Manajemen, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Wijaya ,Bernard T. 2009. *Lifestyle Marketing Servist: Paradigma baru pemasaran Bisnis jasa dan life style*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yunita dan Artanti. 2014. Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu pria di kabupaten mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014.

Zulkarnain, Tommy.2016.Pengaruh Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 4 No. 7, Surabaya.