

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada akhir tahun 2019 munculnya *Covid-19* hingga mengakibatkan pertumbuhan ekonomi sempat menurun drastis bahkan ber-*impact* kepada seluruh jenis usaha. Adanya *Lockdown* yang berkepanjangan mengakibatkan terhentinya aktivitas dalam menjalankan usaha maupun kegiatan transaksi jual beli untuk meminimalisir tersebarnya *Virus Covid-19*. Setiap orang punya kebutuhan baik itu *sekunder* maupun *primer*. Namun Pakaian menjadi salah satu faktor penunjang kebutuhan *primer*. Kebutuhan *primer* adalah kebutuhan yang harus dipenuhi demi keberlangsungan hidup manusia baik masyarakat menengah ke bawah maupun masyarakat menengah ke atas.

Sebagai kalangan masyarakat ekonomi menengah kebawah membeli pakaian dalam kondisi tersebut pasti merasa sangatlah sulit dikarenakan harga pakaian yang lumayan mahal. Hal tersebut mengakibatkan banyaknya toko pakaian mengalami penurunan minat beli. Bahkan pada hari besar Islam seperti hari raya *'Idul Fitri* dan *'Idul Adha* masyarakat lebih memilih tidak membeli pakaian karena mengingat harga yang lumayan mahal. Mengingat standar UMR masyarakat Kabupaten Aceh Utara 3jt di tahun 2020 ([www.badanpusatdata.co.id](http://www.badanpusatdata.co.id)) . Namun ada beberapa pekerjaan yang jumlah upahnya di bawah standar UMR Seperti buruh, guru dan para pedagang kecil - kecilan dimana pendapatannya hanya cukup untuk kebutuhan pokok saja. Melihat kondisi yang prihatin tersebut

para pelaku usaha toko pakaian harus mengambil peluang untuk beralih strategi bagaimana caranya meningkatkan penjualan dengan harga yang terjangkau.

Toko pakaian sendiri merupakan salah satu usaha yang paling pesat mengalami perkembangan hingga saat ini, banyaknya toko-toko yang menjual berbagai jenis pakaian baik berupa pakaian *fashion* maupun pakaian ala rumahan seperti; daster, kaos, set baju tidur, dll. Namun pakaian tersebut dipatok dengan harga yang kurang memungkinkan bagi pendapatan masyarakat menengah ke bawah. Melihat faktor harga yang menjadi permasalahannya maka penulis melakukan penelitian lebih.

Sebelum *Covid-19* sudah ada toko pakaian yang menjual dengan harga yang murah hanya saja berlokasi di Lhokseumawe dengan standar harga serba 35.000. Karena melihat jarak waktu tempuh yang jauh dari Krueng Geukuh ke Lhokseumawe sekitar hampir 30 menit / 20 km perjalanan. Untuk beberapa konsumen yang ada di wilayah kecamatan Dewantara susah menjangkau transportasi ke kota Lhokseumawe dikarenakan terkendala biaya transportasi, parkir, dsb. Akan tetapi para pelaku usaha toko pakaian yang ada di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara belum berani mengambil langkah memulai bisnis tersebut. Maka pada pertengahan tahun 2021 muncullah toko Cut Kinan serba 35.000 yaitu merupakan toko pertama di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara dan satu satunya saat itu.

Pada awal tahun 2022 semakin marak munculnya toko pakaian serba 35.000 di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara. Bahkan ada lebih dari satu toko yang buka berdekatan dengan berselang beberapa Minggu. Berdasarkan hasil

observasi yang dilakukan berikut jarak lokasi Toko serba 35.000 tersebut adalah seperti pada tabel 1.1 berikut:

**Tabel 1.1**  
**Toko Pakaian Serba 35.000 di Krueng Geukuh**

No	Toko	Alamat
1	Cut Kinan	Jalan Medan - Banda Aceh, Tambon Baroh, Kec. Dewantara, Kabupaten Aceh Utara, Aceh 24184
2	Azka (Setia 35000)	Jalan Medan - Banda Aceh, Simpang Empat Krueng Geukuh, Kec. Dewantara, Kabupaten Aceh Utara, Aceh
3	Matang Geulumpang Dua (Setia Asli 35000)	Jalan Medan - Banda, Paloh Lada, Keude Krueng Geukueh, Kec. Dewantara, Kabupaten Aceh Utara, Aceh

Sumber: Hasil Observasi (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas yang menunjukkan bahwa terdapat 3 toko besar pakaian serba 35.000 yang ada di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara yang terdiri dari Cut Kinan, Azka (Setia 35.000), dan Cabang Matang Geulumpang Dua (Setia Asli 35.000). Di mana Toko Cut Kinan sendiri berdiri tahun 2021, sedangkan Toko Azka (Setia 35.000) dan Toko Cabang Matang Geulumpang Dua (Setia Asli 35.000) berdiri tahun 2022, yang mana ketiga toko tersebut merupakan toko paling besar dan paling lengkap yang menyediakan berbagai macam model pakaian serba 35.000 di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.

Seiring dengan perkembangan ketiga toko pakaian serba 35.000 di Krueng Geukuh tersebut, maka tingkat persaingannya juga semakin meningkat mulai dari menawarkan berbagai macam jenis pakaian yang dijual pada harga 35.000 tersebut. Para pemilik toko serba 35.000 harus memikirkan berbagai cara agar dapat mengungguli para pesaing dalam melakukan penjualan dan dapat

meningkatkan minat para pelanggan untuk melakukan pembelian. Menurut Tjiptono (2019) keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah pada keputusan pembelian.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang pelanggan adalah harga, hal ini dikarenakan semakin terjangkau harga yang ditawarkan terhadap suatu produk maka hal tersebut akan menjadi salah satu pertimbangan konsumen pada saat melakukan pembelian. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha dalam penetapan harga (*Pricing Strategy*) harus melihat konsumen sasaran mereka dan menyesuaikan harga dengan kualitas dan manfaat yang akan diperoleh oleh para pelanggannya. Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga merupakan sejumlah uang yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk dan jasa. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Fatimah (2023) menemukan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah lokasi, semakin mudahnya lokasi suatu toko untuk dijangkau, maka pelanggan akan lebih memilih untuk melakukan pembelian pada toko tersebut. Hal ini sendiri dikarenakan para pelanggan cenderung akan melakukan pembelian pada toko yang menurut mereka mudah untuk dicapai sekaligus dapat menghemat waktu tempuh ke lokasi tujuan. Menurut Alma (2018) lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk

menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Permana dan Adji (2021) yang menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian dalam penelitian sebelumnya yang juga pernah dilakukan oleh Wulandari (2021) juga menyimpulkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

*Word of mouth* atau promosi mulut ke mulut merupakan faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan secara *word of mouth* lebih dipercayai oleh para konsumen dikarenakan promosi tersebut dilakukan oleh konsumen lainnya seperti para tetangga atau kerabat dari calon konsumen tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2016) *word of mouth* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan sebuah proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Dalam penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Kusnadi, dkk (2021) yang menyimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Triyono dan Susanti (2021) yang juga menyimpulkan bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil observasi awal yang penulis lakukan pada ketiga toko pakaian serba 35.000 di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara, di mana penulis menemukan bahwa toko pakaian serba 35.000 Cut Kinan merupakan salah satu toko yang paling banyak diminati oleh pelanggan, hal ini

dapat dilihat dari jumlah penjualan yang dilakukan selama bulan Januari 2021 sampai dengan bulan Desember 2021, di mana rata-rata penjualan toko pakaian serba 35.000 Cut Kinan yaitu sebanyak 418 unit seperti pada tabel 1.2 berikut:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Penjualan Pada Ketiga Toko Pakaian Serba 35.000 di Krueng Geukuh**

<b>Bulan</b>	<b>Cut Kinan</b>	<b>Azka</b>	<b>Matang</b>
Januari	355 Pcs	168 Pcs	222 Pcs
Februari	378 Pcs	155 Pcs	122 Pcs
Maret	401 Pcs	174 Pcs	115 Pcs
April	395 Pcs	135 Pcs	211 Pcs
Mei	450 Pcs	208 Pcs	321 Pcs
Juni	451 Pcs	174 Pcs	251 Pcs
Juli	447 Pcs	135 Pcs	200 Pcs
Agustus	392 Pcs	210 Pcs	138 Pcs
September	400 Pcs	190 Pcs	144 Pcs
Oktober	425 Pcs	122 Pcs	111 Pcs
November	444 Pcs	199 Pcs	191 Pcs
Desember	481 Pcs	133 Pcs	137 Pcs
<b>Total</b>	<b>5.019 Pcs</b>	<b>2.003 Pcs</b>	<b>2.163 Pcs</b>
<b>Rata-Rata</b>	<b>418 Pcs</b>	<b>167 Pcs</b>	<b>180 Pcs</b>

Hasil Penjualan Toko Cut Kinan, Azka, dan Matang Glp. Dua (2022)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat dilihat bahwa Toko Cut Kinan merupakan toko yang paling banyak menjual berbagai pakaian seharga 35.000 ketimbang Toko Azka dan Toko Cabang Matang, di mana selama tahun 2022 pada Toko Cut Kinan jumlah penjualan pakaian diperoleh sebanyak 5.019 pcs dengan rata-rata penjualan setiap bulannya mencapai 418 pcs, sementara itu pada Toko Azka selama tahun 2022 jumlah penjualan yang diperoleh adalah sebanyak 2.003 pcs dengan rata-rata penjualan setiap bulannya mencapai 167 pcs. Sedangkan pada Toko Serba 35.000 cabang Matang jumlah penjualan pada tahun 2022 adalah sebanyak 2.163 pcs dengan rata-rata perbulannya adalah sebesar 180 pcs. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besarnya tingkat keputusan pembelian

yang dilakukan oleh para pelanggan pada Toko Cut Kinan ketimbang pada toko lainnya yang ada di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara. Tingginya tingkat penjualan pada Toko Cut Kinan sendiri tidak terlepas dari adanya pemerataan harga yang lebih baik ketimbang pada toko serba 35.000 lainnya yang ada di Krueng Geukuh, di mana pada toko lainnya meskipun menjual berbagai pakaian sebesar Rp 35.000. Namun ada pula produk lain yang dijual lebih mahal seperti boneka dan lain sebagainya.

Berdasarkan fenomena di atas yang menjadi salah satu alasan penulis ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Lokasi, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Serba 35.000 (Studi Kasus Pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara)”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
2. Apakah lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?
3. Apakah *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
2. Untuk melihat lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara.
3. Untuk melihat *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Cut Kinan di Krueng Geukuh Kecamatan Dewantara Kabupaten Aceh Utara?

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan tujuan penelitian di atas, oleh karena itu, maka penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak seperti berikut ini:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan, serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami dan menambah wawasan mengenai manajemen pemasaran.



b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumentasi ilmiah yang bermanfaat untuk kegiatan akademik, bagi peneliti sendiri, dan bagi pihak fakultas.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi pemilik toko

Dengan adanya penelitian ini, pemilik Toko Cut Kinan dapat mengetahui faktor apa saja yang dapat meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh para pelanggan pada toko tersebut. Sehingga pemilik Toko Cut Kinan juga dapat melakukan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas dari produk yang dijualnya serta dapat mengetahui apakah lokasi menjadi salah satu pertimbangan masyarakat.

### b. Bagi masyarakat

Dengan adanya penelitian ini masyarakat dapat mengetahui lebih luas lagi mengenai keputusan mereka dalam menentukan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Serta melihat apakah ada kesesuaian antara teori yang digunakan dengan apa yang dirasakan oleh para masyarakat pada saat melakukan pembelian.

### c. Bagi peneliti selanjutnya

Semoga dengan adanya penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan berbagai penelitian-penelitian di masa yang akan datang mengenai keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk.