

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era milenial saat ini, berbelanja merupakan hal yang sangat di nikmati bagi beberapa masyarakat. Salah satu alasannya ialah untuk merefresh dari segala kegiatan yang di lakukan sehari-hari. Apalagi pengaruh dari social media, TV, internet yang sangat canggih dapat memudahkan bagi masyarakat untuk mengetahui trend mode sekarang. Sehingga masyarakat dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan trend yang berlaku saat ini dan itu dapat menghindarkan masyarakat dari sebutan ketinggalan mode milenial saat ini. Trend saat ini menunjang masyarakat untuk berpenampilan menarik, karena dapat meningkatkan tingkat kepercayaan diri seseorang. Untuk era sekarang yang lebih dominan untuk minat berbelanja adalah dari kalangan remaja wanita yang terobsesi untuk tampil menarik. Hal ini dapat menimbulkan perkembangan yang sangat pesat bagi bisnis retail.

Bisnis retail pada saat ini kecenderungan mengalami penurunan setiap tahunnya bahkan ada beberapa bisnis retail mengalami penutupan gerai karena omset setiap tahunnya menurun gerai yang mengalami penutupan seperti *Giant*, salah satu pengaruh dari penurunan omset setiap tahun adalah dari banyaknya persaingan di bisnis retail dan bisnis *online shop* yang lebih banyak di minati masyarakat karena *online shop* lebih memudahkan masyarakat dalam berbelanja.



https://images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrExdyCiKxdo30A9bk2nllQ;_ylu=X3oDMTBsZ29xY3ZzBHNIYwNzZWfYy2gEc2xrA2j1dHRvbg-- (Di unduh pada hari Minggu, 20 Oktober 2019. Pukul 23.24 WIB)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa *online shop* meningkat secara pesat sehingga bisnis retail mengalami penurunan yang signifikan.

Salah satu bisnis retail yang masih berdiri sampai saat ini adalah Matahari Departement Store. Matahari dapat berdiri sampai saat ini dan membuka gerai-gerai baru karena dapat memberikan kepuasan bagi masyarakat dengan pelayanan yang sangat memuaskan dan memberikan produk-produk dengan kualitas yang bagus serta dengan merek-merek yang ternama. Sehingga masyarakat masih memilih Matahari department untuk memenuhi keinginan masyarakat. Matahari department store di beberapa kota di Indonesia yang mempunyai omset terendah dapat di tutup gerainya sewaktu-waktu. Matahari Department Store di kota Surabaya mengalami peningkatan yang sangat pesat. Matahari Department Store Cito surabaya mengalami persaingan retail saat ini sehingga akhir-akhir ini mengalami

penurunan omset. Dengan adanya permasalahan tersebut perusahaan harus dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan membuat strategi-strategi yang menarik konsumen dengan cara salah satunya *Visual Merchandising* yang dapat mengkomunikasikan pesan dan trend kepada pelanggan dengan mengkombinasikan menata produk dengan merek ternama dan *lifestyle* yang lagi trend saat ini dengan tema yang di tentukan oleh perusahaan. Berbagai macam strategi pemasaran dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian dan minat konsumen terhadap barang.

Merek bisa di ibaratkan sebagai wajah dari suatu bisnis. Jadi sudah sewajarnya kalau kita mendaftarkan merek dagang untuk memperoleh perlindungan hukum. Kalau terjadi masalah yang berhubungan dengan hukum, bisa diselesaikan secara mudah dan cepat. Apalagi, persaingan bisnis semakin ketat. Merek dagang yang kita miliki tak bisa lagi dipakai orang lain dan mereka hanya bisa memakainya dengan sistem waralaba atau *franchise*. Dengan cara ini, kita bisa mengembangkan bisnis yang sudahdirintis.

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3800550/perlu-kah-daftarkan-merek-dagang-simak-pertimbangan-ini> (Di kutip pada hari Selasa, 05 November 2019. Pukul 09.06 WIB).

Oleh karena itu, tingkat kesadaran terhadap merek dapat menentukan perusahaan dapat bertahan dan berkembang di tengah tingginya persaingan. Faktor lain yang dapat mempengaruhi kesadaran merek adalah citra dari suatu merek. Untuk meningkatkan pemasaran perusahaan mempunyai misi untuk menciptakan merek yang kuat, membangun citra merek yang positif dapat dengan menonjolkan kelebihan produk dengan produk lainnya. *Brand image* yang positif memicu konsumen untuk mereferensikan ke konsumen lainnya. Selain

karena citra merek yang dapat meningkatkan omset penjualan, gaya hidup dari masyarakat yang berbeda-beda juga dapat menambah penjualan bisnis retail.

Gaya hidup (*Lifestyle*) sangat penting bagi beberapa masyarakat terutama di kalangan remaja merupakan bentuk identitas diri bagi beberapa remaja. Bagi masyarakat yang menyukai berbelanja itu sudah menjadi *lifestyle* mereka, mereka akan rela mengorbankan sesuatu untuk mendapatkan produk yang di minati.

Kategori sepatu yang ada di Matahari dept store merek Peter Keiza masuk dalam *top brand*, ini membuktikan bahwa sepatu peter keiza banyak di minati konsumen. Akan tetapi sepatu Peter Keiza yang ada di Matahari Cito Surabaya mengalami penurunan.

Menurunya minat pengunjung di Matahari Cito Surabaya yang membeli sepatu peter keiza karena persaingan yang ketat dan dengan berlokasi yang berdampingan. Matahari telah menyediakan model-model sepatu, baju, accessories yang menarik dan trendy sesuai dengan perkembangan *fashion* saat ini. Matahari juga menyuguhkan acara-acara yang menarik yaitu *jumbo sale* diskon 20% - 50% ataupun *cash back* untuk dapat meningkatkan penjualan dari tahun lalu (*growth*), tetapi kenyataannya sama saja mengalami penurunan. Peter keiza harus mengevaluasi strategi untuk meningkatkan penjualannya. Penelitian ini berusaha mengkaji faktor-faktor yang ada di diri konsumen untuk dapat meningkatkan omset penjualan setiap harinya. <https://katadata.co.id/berita/2018/02/27/daya-beli-melemah-rata-rata-penjualan-gerai-matahari-turun-12> (di kutip pada hari kamis, 07 November 2019. Pukul 08:28 WIB)

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan mengambil judul “ **Pengaruh Citra**

Merek dan *Lifestyle* Terhadap Keputusan membeli pada Sepatu Peter Keiza di Matahari Dept Store Cito Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, dilakukan analisis tentang pengaruh citra merek dan *lifestyle* terhadap keputusan membeli pada sepatu peter keiza di Matahari Dept Store Cito Surabaya, sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan membeli pada sepatu peter keiza di Matahari Dept. Store Cito Surabaya?
2. Apakah *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan membeli pada sepatu peter keiza di Matahari Dept. Store Cito Surabaya?
3. Apakah citra merek dan *lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan membeli pada sepatu peter keiza di Matahari Dept Store Cito Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan membeli
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan membeli
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek dan *lifestyle* terhadap keputusan membeli

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis
Penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi baru pengembangan ilmu tentang manajemen pemasaran yang menyangkut citra merek, *lifestyle*, keputusan membeli yang dapat menjadi pembanding untuk peneliti selanjutnya.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi sebuah pertimbangan dan dasar yang objektif untuk pengambilan keputusan dalam membuat atau mengembangkan strategi pemasaran bagi Matahari Dept Store Cito Surabaya

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya hasil dari penelitian ini merupakan salah satu bentuk kepedulian dan keikutsertaan Universitas terhadap dunia kerja dalam menghadapi kendala atau permasalahan yang sedang terjadi.

c. Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, peneliti dapat menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah dapat di bangku kuliah untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dalam menghadapi masalah yang ada di lapangan atau di luar setelah lulus nantinya.

