

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis Retail di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat akhir-akhir ini, terutama Retail modern dalam semua variasi jenisnya. Beberapa faktor pendukung perkembangan usaha Retail modern diantaranya adalah cukup terbukanya peluang pasar, perkembangan usaha manufaktur yang akan memasok produknya ke *retailer* (peRetail), dan upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cara salah satunya mengembangkan bisnis Retail.<sup>1</sup> Bisnis Retail merupakan usaha yang menyediakan perlengkapan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhan. Bisnis Retail mengalami perkembangan sehingga persaingan antara bisnis retail semakin kompetitif. Dengan berkembangnya bisnis retail di Tulungagung gaya hidup masyarakat juga semakin berkembang sehingga masyarakat menjadi lebih konsumtif.

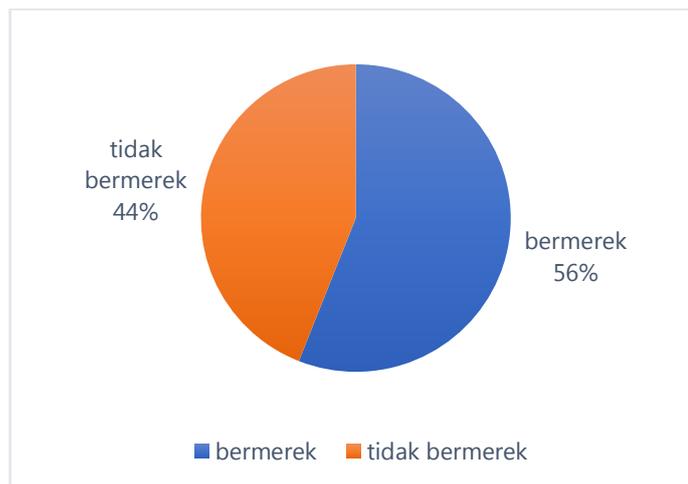
Perilaku konsumtif banyak terjadi pada masyarakat yang memiliki gaya hidup dengan mengutamakan produk yang *eksklusif* dan terkenal atau lebih dikenal.<sup>2</sup> Hal ini terjadi dikarenakan kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dan tersedianya barang yang dibutuhkan, selain itu memiliki perasaan khawatir bahkan takut ketinggalan yang saat ini dikenal dengan istilah FOMO (*Fear of Missing Out*) menyebabkan masyarakat menjadi konsumtif dan mengutamakan *brand*. Dengan menggunakan barang yang bermerek masyarakat lebih cenderung

---

<sup>2</sup> Afifatur Rohimah, Endro Cahyono dan Agung Pujiyanto, Analisis Pengaruh Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Brand Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen, *Jurnal Dinamika Administrasi* No. 1 Vol. 1 2015 hal. 2- 3

percaya diri meskipun dengan harga yang terjangkau terutama pada era modern ini.

Hal ini dibuktikan dengan data prasurvey yang dilakukan peneliti pada tanggal 7 Juni 20223 terhadap 50 orang secara acak di beberapa tempat umum Tulungagung.



Sumber : Tabel Data primer prasurvey minat beli, diolah peneliti 2023

### Gambar 1.1 Data Prasurvey Minat Beli

Berdasarkan diagram yang tersedia pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari 50 orang sebanyak 56% memilih menggunakan barang bermerek baik merek lokal ataupun luar dan 44% orang lainnya lebih tidak mementingkan brand atau merek. Alasan mereka menggunakan barang merek karena lebih dapat dipercaya kualitasnya. Toko Retail yang menyediakan barang dengan merek yang terkenal yang ada di kota Tulungagung antar lain: Miniso, Mr DIY, Family Mart, dan Weringin Indah. Dari banyaknya *brand* tersebut terlihat salah satu merek yang banyak digunakan konsumen di Tulungagung saat yaitu *brand* Miniso.

Menurut Tjiptono menyatakan *People* adalah “semua orang yang memainkan peranan dalam penyajian layanan yang dapat mempengaruhi persepsi

konsumen” *People* yang berinteraksi langsung dengan konsumen dalam memberikan layanan, merupakan bagian penting untuk membangun loyalitas. Pengetahuan dan kemampuan seseorang yang bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan supaya mencapai keberhasilan.<sup>1</sup> Pelayanan yang dilakukan dalam toko Miniso ini baik, dimana pegawainya menyambut ramah konsumen yang datang ke toko tersebut, selain itu mereka juga sangat membantu apabila konsumen ingin mencari produk yang diinginkan.

Menurut Kotler, citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan konsumen. *Brand* adalah sebuah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi semua unsur yang digunakan untuk mengenali produk atau jasa dari seseorang atau sebuah kelompok penjual dari pesaingnya.<sup>3</sup> Miniso merupakan merek yang banyak dikenal oleh masyarakat, sehingga ada beberapa orang yang membeli karena merek yang berlabel pada produk tersebut.

Menurut Kotler dan Armstrong, pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut.<sup>1</sup> Meskipun Miniso merupakan brand luar namun harga yang dijual masih terjangkau mulai dari harga 30.000 hingga 350.000 rupiah.

Menurut Tjiptono, Lokasi merupakan keputusan penyaluran menyangkut kemudahan akses terhadap jasa bagi para pelanggan potensial.<sup>4</sup> lokasi toko ini

---

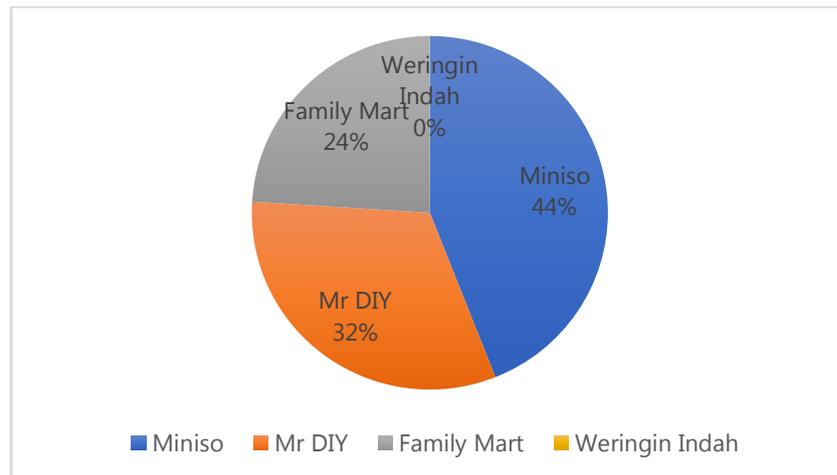
<sup>3</sup> Muhamad Nastain, Branding Dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep *Branding* Dan Tantangan Eksistensi Produk), *Jurnal Komunikasi* Vol. 5, No. 1, 2017, Hal. 14-26

<sup>4</sup> *Ibid.*, hal 51

sangat strategis karena lokasinya dekat dengan pusat kota yaitu Alun- alun Tulungagung kearah selatan yang hanya berjarak 900 m sebelah kanan jalan sehingga mudah untuk dijumpai dan ditemui konsumen, selain itu Miniso memiliki tempat yang bersih agar konsumen merasa nyaman untuk untuk mengunjungi Miniso dan tersedia juga tempat parkir sebagai pelayanan yang diberikan Miniso untuk konsumen.

Miniso merupakan toko Retail yang pertama kali didirikan oleh pengusaha muda Cina, Ye Guofu dan desainer Jepang, Miyake Junya yang menawarkan berbagai macam produk untuk kebutuhan sehari-hari.<sup>1</sup> Produk yang ditawarkan adalah produk peralatan rumah tangga, produk kecantikan, fashion aksesoris serta produk digital yang dapat digunakan sehari-hari. Selain harga yang terjangkau Miniso memiliki desain, warna yang menarik. Kualitas dari brand ini dapat dikatakan baik dan awet untuk dipakai. Miniso cabang Tulungagung ini cukup terbilang baru dibuka lokasinya berada di Jalan Pangeran Diponegoro nomor 69, kelurahan Tamanan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur.

Miniso dijadikan objek penelitian berdasarkan hasil penilaian pra survey yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 7 Juni 20223 terhadap 50 orang yang dijumpai peneliti secara acak di beberapa tempat umum Tulungagung.



Sumber: Tabel Data Primer Prasurvey Toko Retail Yang Sering Dikunjungi, diolah peneliti 2023

### Gambar 1.2 Toko Retail Yang Sering Dikunjungi

Berdasarkan hasil prasurvey yang tersedia pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa dari 50 orang yang diteliti sebanyak 44% orang memilih Miniso karena percaya akan kualitas, desain yang unik, penataan yang menarik, 32% orang memilih Mr DIY karena dirasa lebih lengkap dan 24% orang memilih family mart karena harga yang dinilai terjangkau. Miniso banyak dipilih karena menjual produk untuk keperluan sehari-hari dengan desain yang unik dan terjangkau. Setelah membeli biasanya konsumen mendapat tas belanja yang berlogo Miniso, yang membuat seseorang percaya diri akan membeli *brand* tersebut baik digunakan sendiri atau diberikan sebagai hadiah untuk orang lain.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Nurhayati Husain, Deby Rita Karundeng, dan Moh. Afan Suyanto pada tahun 2022 dengan judul, " Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk

Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan”.<sup>5</sup> Dalam penelitian ini *display* produk dianggap memiliki persamaan dalam menarik minat beli konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Alma yaitu *display* produk adalah keinginan membeli sesuatu yang tidak didorong oleh seseorang, tapi didorong oleh penglihatan ataupun oleh perasaan lainnya.<sup>1</sup> Berdasarkan pengertian diatas *display* produk dapat mempengaruhi minat beli.

Kualitas produk dianggap memiliki persamaan dalam menarik minat beli konsumen sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Windarti dan Ibrahim yaitu kualitas produk merupakan kesesuaian kebutuhan dan keinginan pada setiap produk ke dalam spesifikasi produk, kualitas produk adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk, jasa manusia dan lingkungan untuk memenuhi harapan konsumen. Berdasarkan pengertian tersebut kualitas produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Miniso menerapkan *display* produk dan kualitas produk agar dapat menarik minat beli konsumen.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai minat beli konsumen yang dipengaruhi oleh *display* produk, kualitas produk. Hasil penelitian tersebut akan dituangkan ke dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh *Display* Produk dan Kualitas Produk, Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Miniso Tulungagung“**.

## **B. Rumusan Masalah**

---

<sup>5</sup> Nurhayati Husain, Deby Rita Karundeng dan Afan Suyanto, Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan, *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, Vol. 10No. 1 2022 hal.66

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dijabarkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *display* produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung?
3. Apakah *display* produk, dan kualitas produk secara bersamaan berpengaruh terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian diatas maka tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *display* produk terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung.
3. Untuk menganalisis pengaruh *display* produk dan kualitas produk secara bersamaan terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat dalam menambah wawasan baik secara langsung maupun tidak langsung dan sebagai referensi pengembangan pengetahuan terutama mengenai minat beli konsumen.

##### 2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari dalam perkuliahan serta menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh *display* produk dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen toko Miniso Tulungagung.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi acuan bagi peneliti di masa yang akan datang dengan pembahasan dan permasalahan yang sama.

## **F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Masalah**

Ruang lingkup dan keterbatasan penelitian digunakan untuk membatasi permasalahan yang diteliti, sehingga tidak menyimpang terlalu jauh dari tujuan yang dikehendaki

1. Ruang Lingkup

Dalam penelitian ini, peneliti hanya melakukan penelitian pada toko Miniso Tulungagung dengan menggunakan 2 variabel independent ( $X$ ) yaitu *display* produk ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) serta satu variabel dependen yaitu minat beli konsumen ( $Y$ ). data berasal dari penyebaran kuisisioner pada konsumen di toko Miniso Tulungagung, kemudian diolah menggunakan SPSS.

2. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini hanya akan membahas pengaruh *display* produk, kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada toko Miniso Tulungagung. Hal tersebut dikarenakan mengingat banyaknya

perkembangan yang bisa ditemukan dalam permasalahan ini sehingga penulis membuat batasan-batasan yang jelas terkait dengan penelitian ini. Selain itu dalam penelitian ini mengambil hanya sedikit sampel, hal tersebut terjadi karena keterbatasan biaya serta tenaga.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah penjelasan atau penegasan arti dari konsep-konsep atau istilah yang digunakan dalam penelitian.

#### **a. *Display* Produk ( $X_1$ )**

*Display* adalah usaha yang dilakukan untuk menata barang yang mengarahkan pembeli agar tertarik untuk melihat dan membeli, *display* produk sangat penting dilakukan karena *display* yang baik akan menimbulkan minat konsumen untuk membelinya, permasalahan yang sering terjadi adalah *display* produk yang belum optimal dikarenakan lokasi dan ukuran toko yang kecil sehingga sulit untuk memaksimalkan dalam penataan produk dan juga sering terjadi keteledoran karyawan dalam menyesuaikan produk dengan catalog harga yang tertera.<sup>6</sup>

#### **b. Kualitas Produk ( $X_2$ )**

---

<sup>6</sup> Nurhayati Husain, Deby Rita Karundeng, Moh. Afan Suyanto, "Analisis Lokasi, Potongan Harga, *Display* Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Alfamart Kayubulan" *jurnal pendidikan dan kewirausahaan*, Vol 10 No 1 2022 hal. 65

Kualitas produk merupakan kemampuan sebuah produk maupun jasa dalam memperagakan fungsinya, produk yang berkualitas pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Setiap produk harus mempunyai keunggulan dibandingkan dengan produk lainnya, Keunggulan ini dengan memberikan nilai yang tinggi terhadap konsumen. Dalam mencapai nilai tersebut dapat dilakukan dengan menanamkan kualitas produk yang kuat kepada konsumen. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelolah kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen.<sup>1</sup>

c. Minat Beli Konsumen (Y).

Minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, kemudian muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya. Minat beli merupakan suatu yang memiliki hubungan dengan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk yang dibutuhkan konsumen. Dalam menarik minat beli konsumen

dapat dilakukan dengan lokasi yang mudah dituju dan harga yang sesuai dengan semua kalangan<sup>7</sup>

## **H. Sistematika Skripsi**

Sistematika skripsi terdiri dari enam bab. Tiap bab memiliki sub bab yang memberikan uraian yang terperinci, sistematis dan juga berkesinambungan. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

### **Bab II LANDASAN TEORI**

Terdiri dari kerangka teori yang membahas terkait variabel penelitian yang digunakan, juga kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian.

### **Bab III METODE PENELITIAN**

Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel data dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **Bab IV HASIL PENELITIAN :**

Dalam bab ini terdiri dari deskripsi data dan pengujian hipotesis.

---

<sup>7</sup> Arrahma Elian Tania, Haris Hemawan, Ahmad Izzuddin, "Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen" *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik* Vol 9 No1, 2022 hal.76

## Bab V PEMBAHASAN

Terdiri dari pembahasan mengenai temuan penelitian yang terdapat pada hasil penelitian.

## Bab VI PENUTUP

Terdiri dari kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan.