

BAB I

PENDAHULUAN

A. *Latar Belakang*

Di Indonesia pemasaran sangat efektif untuk perkembangan suatu perusahaan dengan menciptakan dan mengkomunikasikan nilai barang dan jasa serta memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan. Pemasaran terjadi karena adanya permintaan akan barang dan jasa yang terus meningkat. Perkembangan bisnis yang semakin pesat menciptakan persaingan yang sangat ketat di dalam berbagai macam produk khususnya dalam dunia *fashion* yang selalu berkembang mengikuti zamannya.¹

Produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya.² Ada berbagai macam produk yang terdapat dalam toko Sinar Terang Hijab (STHijab), mulai dari pakaian muslim dan muslimah, pakaian untuk anak-anak, aksesoris, hingga sandal dan mainan anak-anakpun ada.

Pemasaran dengan menggunakan media sosial juga menjadi peluang yang sangat bagus khususnya untuk produk *fashion*. Dengan maraknya penggunaan media sosial di Indonesia saat ini, bisa menjadi peluang untuk para pemilik bisnis lewat fasilitas yang di sediakan internet dan media sosial tersebut. Memanfaatkan fasilitas yang disediakan internet dan media sosial penjual dapat melakukan

¹Ardiansyah, dkk, *Pengaruh Testimoni Selebgram dan Gambar Produk Fashion Terhadap Impulse Buying Konsumen pada Media Sosila Instagram*, dalam Jurnal Manajemen Branchmarck 2014, Vol. 4, h. 87.

²Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran; Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Graha ilmu, 2010), h. 67.

promosi kepada segmen pasar yang tidak terbatas, biaya yang dialokasikan untuk anggaran promo (*promotion cost*) dapat ditekan sekecil mungkin, modal yang relative kecil, rantai distribusi yang dipangkas, biaya penyimpanan (*inventory cost*) yang dapat dihilangkan, sehingga tentu saja akan menekan harga pokok penjualan dan dapat menarik minat konsumen sehingga potensi mencapai profit sebesar-besarnya akan dengan mudah dapat dicapai.³

Di dalam media sosial tersebut dapat di lihat berabagai macam produk yang ditawarkan sehingga konsumen lebih mudah untuk memilih-milih produk apa yang diinginkan. Dengan adanya media sosial, pemilik bisnis juga dapat dengan mudah menarik kepercayaan konsumen dengan cara memperlihatkan penilaian-penilaian dari konsumen yang telah membeli produknya, biasanya ini dinamakan dengan *testimonial*. *Testimonial* disini sangat berpengaruh bagi pemilik bisnis dalam memasarkan berbagai macam produknya.

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, sudah barang tentu harus menyadari tentang kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Loyalitas pelanggan dedefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu

³Ardiansyah, dkk, *Pengaruh Testimoni Selebgram dan Gambar Produk Fashion Terhadap Impulse Buying Konsumen pada Media Sosila Instagram*, dalam Jurnal Manajemen Branchmarck 2014, Vol. 4, h. 87.

jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Dan selanjutnya dalam kepuasan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan.⁴

Semua pelanggan berharap akan pelayanan yang baik dari produk yang dia beli, baik dari segi promosinya, harganya, Kualitas Pelayanannya dan juga pelayanan sebelum dan sesudah membeli produk tersebut, dan pelanggan berhak akan informasi yang benar dan kesesuaian produk dengan iklan, lalu kesesuaian produk dengan harga dan kesesuaian produk dengan pelayanan. Terhadap barang yang akan dibeli. Misalnya ada garansi dan seberapa lama garansi tersebut, atau tersediannya *service center*, serta jaminan bila produk rusak dikembalikan. Harapan pelanggan yang lain adalah tentang potongan harga dan juga kelayakan harga atas barang yang dibelinya.⁵

Di toko Sinar Terang Hijab memiliki beberapa karyawan dan cara pelayanannya juga berbeda-beda. Dalam pelayanan toko Sinar Terang Hijab cukup memuaskan karena ketika ada pelanggan maka karyawan langsung melayani dan menanyakan barang apa yang dicari.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap peningkatan kualitas pendapatan membutuhkan testimoni dan pelayanan yang baik dalam hal ini toko Sinar Terang Hijab (STHijab) sangat memberikan dampak yang baik kepada pecinta hijabers oleh karena itu, testimoni dan kualitas pelayanan sangat dibutuhkan dalam proses peningkatan penjualan pakaian muslim. Pada masa sekarang pakaian muslim terutama hijab sangat di peruntuhkan terutama

⁴Fandy Tjiptono. *Strategi Pemasaran*(Cet. III, Yogyakarta: Penerbit Andi. 2015), h.75

⁵Ali Hasan. *Marketing*(Cet. I; Jakarta: Media Presindo, 2011), h. 34.

perempuan karena banyaknya peningkatan penjualan yang dari konsumen sehingga banyaknya permintaan dari konsumen.

Dari uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait testimoni dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan yang akan di buktikan melalui sebuah riset ilmiah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan masalah pokok yang akan dijadikan sebagai objek pembahasan dalam skripsi ini, sebagai berikut:

1. Apakah testimoni berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Toko Sinar Terang Hijab?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli pelanggan di Toko Sinar Terang Hijab?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan kegunaan dari penelitian ini merupakan jawaban atas masalah yang diteliti.

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh testimoni terhadap minat beli pelanggan pada Toko Sinar Terang Hijab.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan pada Toko Sinar Terang Hijab.

2. Manfaat Penelitian

Dengan tujuan yang akan dicapai tentunya penelitian ini juga diharapkan akan memberikan manfaat, beberapa manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Secara Ilmiah

Yakni hasil penelitian diharapkan dapat memberi sumbangsih dan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan.

b. Secara Praktis

1) Bagi penulis

Penelitian ini merupakan implementasi ilmu pengetahuan, pengembangan wawasan dan penerapan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari sehingga dapat melakukan perbandingan terhadap ilmu yang dipelajari dengan kenyataan di lapangan yang diperoleh dari penelitian langsung.

2) Bagi Pedagang

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta mendorong perbaikan dan perkembangan usaha untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha.

3) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi khusus bagi pihak-pihak lain yang meneliti dengan kajian yang sama.

D. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup merupakan hal yang sangat penting dari suatu penelitian, untuk menghindari melebar dari suatu pembahasan. Subjek dalam penelitian ini adalah toko Sinar Terang Hijab sedangkan objek dalam penelitian ini yakni testimoni, kualitas pelayanan serta minat beli. Dalam penelitian ini membatasi masalah yakni hanya membahas mengenai pengaruh testimoni dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pelanggan.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan adalah pembagian atau pemetaan isi skripsi ke dalam urutan bab dan sub-bab, sesuai dengan topik dan permasalahannya. Untuk memudahkan pembahasan masalah dalam penelitian, penulis membagi ke dalam beberapa bab yang didalamnya terdiri dari beberapa sub bab, yaitu:

- Bab I Pendahuluan, pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika pembahasan.
- Bab II Kajian pustaka, pada bab ini akan diuraikan kajian penelitian terdahulu, kajian teori, dan kerangka pikir.
- Bab III Metode penelitian, pada bab ini akan dijelaskan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, data dan sumber data, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengujian data, dan teknik analisis data.
- Bab IV Hasil dan pembahasan berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan.
- Bab V Penutup berisi tentang kesimpulan, saran dan implimentasi.