

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan fashion pada era modern ini semakin beraneka ragam, mulai dari ujung kepala sampai ujung kaki semuanya membutuhkan fashion yang menarik sebagai tanda bahwa mereka memiliki gaya hidup yang sesuai dengan perkembangan zaman modern. Kebutuhan fashion pada dasarnya merupakan sebuah kebutuhan primer bagi seorang individu karena fashion termasuk kebutuhan sandang dalam bagian kebutuhan primer. Bagi sebagian masyarakat modern kini perkembangan dunia fashion menjadi sebuah gaya hidup baru bagi mereka, fashion seperti baju, celana, sampai sepatu berbagai merek yang selalu mengeluarkan berbagai produk mereka berdampak pada daya beli masyarakat yang terus meningkat untuk memenuhi gaya hidup mereka.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gimnastik, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan- perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga selain membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam penyakit, berolahraga juga menjadi alasan

masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolahraga.

Untuk meningkatkan minat beli konsumen dalam industri kreatif fashion seperti toko olahraga, beberapa strategi yang dapat digunakan antara lain adalah desain produk, harga, dan display.

Toko menjual produk dengan desain dan motif yang berbeda-beda, dimana banyak saat sekarang ini telah beredar produk-produk tiruan (KW) menyerupai produk ori(asli)nya sehingga membuat pangsa pasar produk ori (asli) menurun, maka dalam hal ini menyebabkan toko untuk dapat mensiasati agar produk ori mereka tetap terjaga. Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen suatu perusahaan dituntut untuk selalu menampilkan produk yang berbeda dibandingkan dengan orang lain, dan juga selalu menampilkan desain yang up to date yang membuat konsumen dapat tertarik terutama dikalangan anak muda zaman sekarang. Remaja sering di jadikan target berbagai produk industri karna karakteristik mereka yang lebih mudah di pengaruhi. Masa remaja merupakan periode transisi kehidupan manusia dari anak-anak menuju dewasa, yang di dalamnya terdapat proses pencarian jati diri, hal ini menyebabkan seorang remaja mudah untuk ikut atau terbawa hal-hal yang terjadi di sekitarnya *Trend* dan *Mode* yang terjadi di sekitar remaja juga mempengaruhi remaja untuk mengikuti kemajuan fashion saat ini.

Selain desain produk, kebijakan harga sangat menentukan dalam pemasaran sebuah produk, dalam hukum permintaan disebutkan bahwa apabila semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak permintaan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

barang tersebut, sebaliknya apabila semakin tinggi harga suatu barang semakin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Namun berbeda kasus nya di Toko Dubai Sport, dimana terdapat suatu barang yang tiap tahunnya mengalami kenaikan harga namun tidak membuat minat konsumen terhadap barang tersebut menurun, cenderung tetap stabil bahkan meningkat. Harga yang baik adalah harga yang sesuai dengan mutu dan kualitas dari barang tersebut, ketika harga yang baik telah tertanam pada benak kosumen, maka konsumen tidak akan ragu untuk berbelanja.

Strategi toko selanjutnya dalam memasarkan produknya adalah dengan memajang atau mendisplay produk yang dijual yang disesuaikan dengan segmen pasar yang ditujunya. Salah satu faktor penunjang yang dapat mempengaruhi pembelian adalah faktot pembelian tak terencana yaitu stimulus pemasaran yang disajikan oleh perusahaan seperti periklanan atau diskon dari sebuah produk dan display produk. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dispaly dapat menstimulus konsumen untuk melakukan pembelian tak terencana, yang kemudian akan mendorong peningkatan dalam penjualan.

Kota Pangkalan Kerinci dengan jumlah penduduk sebanyak 81.784 (data BPS tahun 2016) merupakan pasar yang cukup menjanjikan untuk melakukan usaha bisnis pertokoan. Terdapat beberapa toko olahraga yang mulai berkembang di Pangkalan Kerinci, salah satunya yaitu Toko Dubai Sport. Untuk mengetahui perkembangan penjualan Toko Dubai Sport sejak Tahun 2013 sampai 2017 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berikut ini terlihat dari jumlah pelanggan yang datang di Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci sebagai berikut :

Tabel 1.1. Jumlah Pelanggan dan Persentase 2013 s/d 2017

No	Tahun	Jumlah Pelanggan (Orang)	Persentase (%)
1.	2013	17.935	19,77
2.	2014	18.436	20,32
3.	2015	18.703	20,61
4.	2016	18.527	20,42
5.	2017	17.128	18,88
Jumlah		90.723	100%

Sumber: Toko Dubai Sport 2018

Berdasarkan informasi yang diperoleh di atas, dapat di lihat pada tahun 2013 sampai tahun 2017 mengalami keadaan naik turunnya jumlah pelanggan. Dan terlihat pada tahun 2013 jumlah pelanggannya sebanyak 17.935 pelanggan, dengan jumlah persentase 19,77 %, selanjutnya di tahun 2014 jumlah pelanggan mengalami kenaikan dengan jumlah 18.436 pelanggan yang datang dengan persentase yaitu 20,32 %.

Namun, ditahun 2015 jumlah pelanggan mengalami peningkatan yang dari tahun sebelumnya dengan jumlah 18.703 pelanggan dan memiliki persentase 20,61%. Dan di tahun selanjutnya jumlah pelanggan mengalami penurunan kembali, yaitu di tahun 2016 dengan jumlah 18.527 pelanggan dengan persentase 20,42%. Dan tahun terakhir yaitu tahun 2017 kemarin jumlah pelanggan mengalami penurunan kembali, dengan jumlah pelanggan sebanyak 17.128 pelanggan dan memiliki persentase 18,88%. Dari keseluruhan tahun ke tahun jumlah pelanggan mengalami naik turun jumlah pelanggan, dengan keadaan seperti itu perusahaan terlihat tidak stabil. Dari fenomena diatas perusahaan masih kurang memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menyadari hal tersebut, terlihat betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Sehingga setiap pelanggan merasakan kepuasan yang menjadikan mereka bertahan dan melakukan pembelian berulang-ulang.

Pada Toko Dubai Sport Display yang disajikan cenderung biasa saja sama halnya pada toko-toko pada umumnya, sehingga daya tarik untuk pada toko ini cenderung biasa saja, namun dibandingkan dengan toko-toko sport disekitarnya, toko Dubai Sport menjadi toko yang tetap diminati oleh pengunjungnya. Salah satu hal penunjang kenapa dari sisi Display Toko yang biasa saja namun tetap memiliki daya tarik spesial adalah karna kelengkapan barangnya, hal inilah yang menjadi penutup dari kekurangan Display yang ada di toko ini.

Dalam usaha ritel desain produk dan harga yang ditawarkan oleh masing-masing toko berbeda-beda, dimana hal itu menyebabkan konsumen lebih tertarik berbelanja ke toko tersebut. Begitu pula dari sisi display, penataan produk yang lebih menarik akan menimbulkan keinginan konsumen untuk berbelanja, selain desain produk dan display harga juga turut menjadi pertimbangan konsumen.

Seorang pengusaha dituntut untuk lebih berusaha menarik konsumen agar konsumen lebih tertarik untuk berbelanja ditoko mereka. Selain itu, ada banyak hal yang harus diperhatikan perusahaan dalam menetapkan strategi dalam bersaing didunia bisnis pada saat sekarang ini, dan juga perusahaan dituntut untuk mengembangkan kebijaksanaan pemasaran yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktif dan serta senantiasa mengikuti perkembangan ekonomi, teknologi, kebutuhan dan pola hidup masyarakat. Toko Dubai Sport adalah salah satu toko yang menjual pakaian dan atribut olahraga jadi yang sedang berkembang di Pangkalan Kerinci. Toko Dubai Sport banyak menjual atribut olahraga seperti, sepatu, baju dan atribut olahraga lainnya. Banyaknya persaingan dilingkungan sekitar yang tidak bisa dihindari membuat Toko Dubai Sport tetap gencar menarik konsumen agar lebih memilih berbelanja di Toko Dubai Sport. Beberapa strategi telah diterapkan oleh Toko Dubai Sport untuk tetap membuat konsumen lebih memilih berbelanja ditoko tersebut diantaranya adalah desain produk, harga, dan display yang membuat Toko Dubai Sport memiliki daya tarik tersendiri.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian di Toko Dubai Sport tentang **“Pengaruh Desain Produk, Harga dan Display Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi pokok kajian dalam penulisan dan penelitian skripsi ini yaitu :

1. Apakah desain produk berpengaruh parsial terhadap minat beli pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci?
2. Apakah harga berpengaruh parsial terhadap minat beli pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah display berpengaruh parsial terhadap minat beli pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci?
4. Apakah desain produk, harga, dan display berpengaruh simultan terhadap minat beli pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan dan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh parsial terhadap minat beli ada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh parsial terhadap minat beli pada toko dubai sport pangkalan Kerinci
3. Untuk mengetahui apakah display berpengaruh parsial terhadap minat beli pada Toko Dubai Sort Pangkalan Kerinci
4. Untuk mengetahui apakah desain produk, harga, dan display berpengaruh simultan dan parsial terhadap minat beli pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini yaitu :

- a. Pihak perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan masukan serta bahan pengembangan bagi pihak toko dubai sport sebagai pengelola sehingga dapat menjadikannya sumber informasi dan dapat merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Bagi akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai perilaku konsumen sebagai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dan juga penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.

c. Bagi peneliti

Penelitian ini sangat membantu untuk menambah pengetahuan dan pengalaman, selain memperdalam ilmu yang telah diperoleh dibangku kuliah.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB ini penulisan menguraikan latar belakang penulisan, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada BAB ini penulis mencoba menguraikan tentang beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan topik yang di bahas dan teori yang berhubungan dengan permasalahan penelitian sehingga dapat ditarik suatu hipotesis dan variable-variable penelitian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada BAB ini akan di jelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisa data. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat digunakan dalam penelitian.

BAB IV: GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Pada BAB ini menguraikan tentang gambaran umum tempat penelitian yang meliputi sejarah berdirinya, visi dan misi, tujuan, kegiatan, serta, struktur organisasi.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB ini disajikan analisis dan pembahasan terhadap hasil-hasil penelitian tentang Pengaruh Desain Produk, Harga dan Display Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Dubai Sport Pangkalan Kerinci.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB ini berisi tentang kesimpulan dan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran penulis berikan kepada pihak perusahaan.