

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring berjalannya waktu, perkembangan dunia saat ini berkembang pesat, yang membutuhkan lebih banyak pedagang dan penjual yang kompetitif. Ini menuntut produsen untuk lebih jeli, sensitif, kritis dan praktis untuk berubah. Agar produsen dapat mempertahankan pelanggan, mereka harus mampu menciptakan barang dan jasa yang diminati pelanggan.

Dalam KBBI, emas adalah logam mulia berwarna kuning yang dapat ditempa dan dibentuk. Di era sekarang ini, selain emas batangan, emas juga berkembang dalam bentuk cincin, gelang, liontin, dan kalung. Emas memiliki nilai tambah selain investasi emas juga dapat digunakan untuk menambah kecantikan dan penampilan. Nilai emas yang tak pernah turun membuat para pembisnis dan masyarakat kerap memilih emas untuk investasi.

Bagi sebagian orang yang ingin melakukan investasi jangka panjang, emas menjadi pilihan yang menjanjikan karena harga emas belakangan ini sedang naik daun. Bagi individu atau toko yang memperdagangkan emas, penentuan jam pengadaan dan penentuan harga jual sangatlah penting, karena hal ini akan mempengaruhi keuntungan yang diperoleh. Pedagang dan individu yang memperdagangkan emas tidak dapat menentukan harga emas yang mereka perdagangkan karena terdapat patokan harga emas berdasarkan harga pasar dunia.

Menurut (Standart Nasional Indonesia) - No: SNI 13-3487-2005 standard karat sebagai berikut:

Tabel 1.1.
Karat kadar emas

Karat Emas	Kandungan Emas
24 Karat	99,00% – 99,99%
23 Karat	94,80% - 98,89%
22 Karat	90,60% - 94,79%
21 Karat	86,50% - 90,59%
20 Karat	82,30% - 86,49%
19 Karat	78,20% - 82,29%
18 Karat	75,40% - 78,19%

Sumber : <http://aldy-firdani.blogspot.com/2014/01/karat-emas.html#>

Kadar emas 22 karat harus antara 90,6% dan 94,79%. Namun, ketentuan ini sebenarnya tidak digunakan. Toko emas seringkali memiliki regulasi sendiri dan tidak mencantumkan SNI. 80% emas bisa disebut emas 22 karat. Emas 20 karat Indonesia boleh jadi memiliki kandungan emas yang sama dengan emas asing 18 karat. Oleh karena itu, jangan memperbaikinya pada karat. Tapi perhatikan kandungan emasnya. Jika membeli perhiasan emas, silakan untuk minta persentase. Karena persentase atau kandungan emas dalam perhiasan emas akan menjadi patokan suatu harga perhiasan emas. Semakin tinggi kandungan emas dalam perhiasan, semakin tinggi harganya.

Gambar 1.1.

Perkembangan harga emas



Sumber : <https://goldprice.org/id/gold-price-charts/10-year-gold-price-history-in-indonesian-rupiah-per-gram>

Kenaikan harga emas dipicu oleh banyak faktor, terutama terkait risiko ke tidak pastian global yang membuat prospek ekonomi suram. Ketika kondisinya tidak sebaik saat ini, orang mencari untuk menggunakan emas sebagai aset safe-haven. Suku bunga acuan rendah dan suku bunga riil sudah berada dalam kisaran negatif. Bank sentral dan pemerintah pusat telah mengadopsi langkah-langkah stimulus ekonomi skala besar untuk mengurangi dampak pandemi *Covid-19* yang dapat memicu tingginya inflasi di masa mendatang. Pandemi akan berakhir, dan situasinya akan mencekam. dan China mencetuskan prospek, pemulihan ekonomi yang semakin suram, membuat investor mencari perlindungan, emas adalah pilihan pertama.

Saat berbisnis secara manual tentunya banyak kendala yang dihadapi, salah satunya adalah kualitas produk, harga produk, dan pelayanan yang diberikan

kepada pembeli. (Tjiptono, 2012) mengemukakan bahwa bisnis adalah kegiatan usaha perorangan dan terorganisasi yang menjual barang atau jasa untuk menghasilkan dana guna memperoleh keuntungan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat. Kegiatan usaha yang menghasilkan dana penjualan akan dipengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

(Tjiptono, 2012) keputusan pembelian adalah suatu proses di mana konsumen mengenali masalah, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu, dan mengevaluasi kemampuan setiap alternative untuk memecahkan masalah, dan kemudian membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan keputusan yang dapat diambil oleh konsumen untuk membeli produk berdasarkan harapan dan kepuasan yang telah diterimanya. Keputusan pembelian dapat mencakup beberapa keputusan, termasuk jenis produk yang akan dipilih dan waktu untuk membeli aplikasi. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain kualitas produk, harga dan layanan.

(Tjiptono, F., & Diana, 2016) berpendapat bahwa produk mencakup segala sesuatu yang memberikan nilai untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan, seperti barang fisik, jasa, *event*, pengalaman, tempat, organisasi, pribadi, dan ide. (Malau, 2017) produk merupakan objek nyata yang terlihat dan bias disimpan untuk memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis di era saat ini, faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian perhiasan emas diantaranya adalah memberikan kualitas produk yang baik bagi pembeli.

(Tjiptono, 2012) Kualitas produk adalah tingkat normal dari nilai dan pengendalian variasi dalam mencapai kualitas produk tersebut untuk mengatasi masalah pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurhadi (2020) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Dinamika Sentosa di Jakarta menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Bukan hanya kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, harga juga menjadi pengaruh dalam keputusan pembelian

(Ginting, 2011) harga adalah sejumlah uang yang harus di bayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan harus memberikan harga yang terjangkau untuk pelanggan, harga yang di berikan dengan kualitas yang diberikan, termasuk memberikan variasi harga terhadap konsumen dan juga harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan harga para pesaing. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustafidah Mahardhika (2020) yang berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok menyatakan bahwa harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rokok. Selain harga, kualitas pelayanan juga menjadi pengaruh terhadap keputusan pembelian.

(Gronroos, 2010) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai hasil dari proses evaluasi dimana konsumen membandingkan harapan mereka atas layanan tertentu yang mereka terima. Pemilik toko juga harus memberikan pelayanannya yang terbaik untuk pelanggan supaya para pelanggan merasa di hormati sebagai pembeli, sehingga pelanggan merasa puas atas pelayanan yang di berikan. Hasil

penelitian yang di lakukan oleh Sandhy Yudha Wicaksono (2020) yang berjudul Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki di Surabaya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jasa pengiriman barang Tiki Surabaya

Toko perhiasan emas Sumber Mas merupakan suatu badan usaha penjualan perhiasan emas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Toko Sumber Mas menjual berbagai macam perhiasan emas seperti, gelang, cincin, kalung, dan liontin. Tidak hanya menjual perhiasan emas untuk orang dewasa saja, tetapi juga menyediakan perhiasan emas untuk anak-anak.

Dalam suatu persaingan pemilik toko Sumber Mas harus menjaga kualitas produk perhiasan emas yang di jual. Hal ini di karenakan pada saat ini sebagian konsumen telah berubah pola pikirnya dalam membeli suatu produk. Konsumen tidak hanya melihat dari terpenuhinya kebutuhan mereka, tetapi juga menilai dari kualitas produk tersebut. Semakin baik suatu produk terjual, semakin positif keputusan untuk membeli perhiasan emas.

Pembeli juga mulai mempertimbangkan harga suatu produk tersebut. Pembeli melihat suatu harga dari para penjual perhiasan emas yang lain di Kecamatan Candipuro maupun di luar Kecamatan. Harga yang di berikan harus sesuai dengan apa yang di berikan kepada konsumen. Perbedaan harga dengan para pesaing akan mempengaruhi keputusan pembelian perhiasan emas

Tidak hanya kualitas produk dan harga, konsumen juga melihat dari pelayanannya terhadap konsumen yang membeli perhiasan emas tersebut. Semakin baik dan tanggap pelayanannya maka konsumen akan merasa senang dan akan

membuat keputusan pembelian perhiasan emas di toko Sumber Mas Candipuro semakin meningkat.

Sebagai suatu usaha untuk meningkatkan penjualan, maka kualitas produk, harga, dan pelayanan sangatlah penting guna meningkatkan kepuasan pembeli itu sendiri dan secara otomatis penjualan toko tersebut akan meningkat.

Peneliti memilih variabel kualitas produk, harga dan pelayanan dengan alasan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas.

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yg berlokasi di toko Sumber Mas Candipuro di karenakan adanya pengalaman yang mendapati toko tersebut selalu ramai pembeli dan banyak pelanggannya di bandingkan toko lainnya, dan merupakan toko perhiasan emas pertama yang berdiri mulai tahun 1995 di Kecamatan Candipuro.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas di Toko Sumber Mas Candipuro”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka yang menjadi masalah adalah keputusan pembelian konsumen terhadap perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa variabel antara lain kualitas produk, harga produk, dan pelayanan. Berikut dirumuskan pertanyaan penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro?
2. Apakah harga produk berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro?
3. Apakah pelayanan berpengaruh secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro?
4. Apakah kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka terdapat tujuan penelitian mengenai keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro yang dipengaruhi oleh beberapa variabel antara lain kualitas produk, harga produk, dan pelayanan.

Berikut tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro.
3. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga produk dan pelayanan secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada Toko Sumber Mas Candipuro.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka sangat diharapkan penelitian ini memberi manfaat. Adapun manfaat penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam rangka mengembangkan pengetahuan tentang kualitas produk, harga, pelayanan dan keputusan pembelian, khususnya pengetahuan manajemen pemasaran.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat ditambahkan ke dalam daftar referensi dan pengetahuan mengenai kualitas produk, harga produk dan dampak layanan, serta memberikan literatur tentang manajemen pemasaran. Serta untuk mengembangkan teori ilmu dalam bidang manajemen pemasaran.

- 2) Bagi peneliti

Dapat menambah pemahaman tentang hal-hal yang berhubungan dengan teori keputusan pembelian konsumen melalui kualitas produk, harga produk dan pelayanan dan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada STIE Widya Gama Lumajang.

- 3) Bagi pengusaha

Dapat digunakan sebagai referensi untuk mengembangkan strategi guna menarik lebih banyak konsumen pada produk perhiasan emas, khususnya pada kualitas produk, harga produk dan pelayanan.

4) Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai kajian ilmu dan menambah informasi dalam pengetahuan yang berhubungan dengan dunia pemasaran khususnya mengenai keputusan pembelian yang di pengaruhi oleh kualitas produk, harga produk dan pelayanan.

5) Bagi konsumen

Penelitian ini diharapkan menjadi gambaran dan tambahan pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk.

Khususnya pada kualitas produk, harga produk dan pelayanan.

