

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Fentline (2014) sektor industri tekstil berada pada tahun kedua dalam penyerapan tenaga kerja dibidang industri manufaktur. Hal tersebut dikarenakan banyak industri tekstil yang memiliki sifat pada karya (*labor intensive*). Perindustrian dikatakan ialah suatu kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, atau barang jadi menjadi barang yang memiliki nilai tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Menurut kamus besar bahasa indonesia industri adalah kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan ataupun mesin.

Tekstil dalam kegiatan sehari-hari sering disamakan dengan kain. Tekstil adalah material fleksibel yang membuat dari bahan tenunan benang. Bidang industri yang terdapat industri tekstil sangat beragam salah satunya adalah bidang industri bordir. Bordir sendiri memiliki arti hiasan yang dibuat diatas kain atau bahan-bahan lain dengan jarum, benang dan yang lebih modern dapat menggunakan mesin. Industri bordir adalah industri yang bergerak dibidang produk atau layanan. Industri bordir memiliki proses perjalanan cukup panjang, dengan adanya 4 (empat) kemajuan dan perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis modern perusahaan tersebut ditandai dengan pola masyarakat

yang berkembang. Pada tahun 1980 wilcom memperkenalkan komputer grafis sistem desain bordir pertama untuk berjalan di sebuah komputer mini menginjak tahun 1990 berbagai perusahaan mesin bordir akhirnya mengadaptasi sistem komersial dan memulai memasarkan mesin bordir komputer (Fitinline 2014). Dengan perkembangan teknologi yang membuat bisnis bordir semakin berkembang, hal ini memicu terjadinya persaingan. Masing masing pengusaha bordir perlu melakukan upaya untuk menarik konsumen melakukan keputusan pembelian.

Secara umum konsumen akan menentukan keputusan pembelian atau pemakaian suatu produk di dasarkan pada beberapa aspek atau faktor diantaranya media komunikasi, kualitas produk, inovasi produk dan harga namun tidak menutupi kemungkinan konsumen menilai suatu produk atas dasar penilainnya sendiri namun juga terdapat masukan atau saran dari orang lain. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian beda-beda sesuai dengan jenis kebutuhan konsumen tersebut. Pembelian yang rumit dan mahal barangkali mengakibatkan lebih banyak pertimbangan pembelian dibandingkan pembelian yang tidak rumit dan tidak mahal. Menurut Kotler dan Keller (2012:240) keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merk-merk yang ada dalam kumpulan pilihan.

Media komunikasi merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada khalayak. Adalah indera manusia, seperti mata dan telinga, yang sangat dominan dalam komunikasi media. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan setiap orang melihat lingkungan lebih

jauh, bagi penafsir yang membantu memahami pengalaman, sebagai dasar penyampaian informasi, sebagai interaksi pertukaran opini khalayak, sebagai penanda instruksi Nurhayati (2013:14). Media sebagai bagian dari sarana peredaran informasi memegang peranan penting dalam menemukan dan mengkomunikasikan informasi kepada publik. Mangold & Faulds (2010) menyatakan bahwa sosial media telah menjadi alat untuk memengaruhi perilaku konsumen yang di dalamnya terdapat bagaimana kesadaran, mendapatkan informasi, opini, sikap, perilaku pembelian seperti dari awal hingga keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian serta evaluasi. Selain media komunikasi, faktor lain yang menjadi perhatian untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu kualitas produk.

Kualitas produk (*quality*) berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya Kotler dan Keller (2012:142). Kualitas produk menjadi suatu tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingnya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen Sari (2021). Produk yang diinginkan konsumen tentunya harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut. Kesesuaian produk tersebut tentunya menjadi tuntutan bagi perusahaan untuk menciptakan atau membenahi

suatu produk. Melakukan perbaikan terhadap produk dapat dilakukan dengan memberikan nilai tambah pada produk, hal ini tentu saja berkaitan dengan inovasi produk.

Inovasi produk merupakan hasil pengembangan produk baru oleh suatu perusahaan atau industri. Inovasi diperlukan untuk menggantikan produk lama yang sudah mencapai kejenuhan di pasaran. Penggantian ini dapat dilakukan dalam bentuk produk pengganti yang sama sekali baru atau dengan mengembangkan produk lama yang lebih modern dan *up-to-date*, sehingga terus meningkatkan permintaan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk tersebut Indriany (2013:67-68). Inovasi produk diperlukan untuk memenuhi permintaan pasar sehingga inovasi produk dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif suatu perusahaan Asashi & Sukaatmadja (2017). Kemudian, selain berkaitan dengan produk, keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut. Faktor ini pada umumnya disebut dengan harga.

Harga adalah suatu nilai tertentu dari suatu produk atau jasa yang dapat dipertukarkan, yang nilainya ditentukan melalui proses tawar menawar antara pembeli dan penjual atau ditetapkan oleh penjual pada harga yang sama untuk semua pembeli Priansa (2017:117). Membuat produk dengan kualitas yang buruk dan penerimaan produk yang lambat dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Perusahaan harus menetapkan harga berdasarkan kualitas produk agar pelanggan tetap senang tanpa merasa dirugikan. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang

dirasakan atas suatu barang atau jasa. Seringkali pula dalam penentuan nilai suatu barang atau jasa, konsumen membandingkan kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan barang atau jasa substitusi

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suciningtyas (2012) menunjukkan bahwa media komunikasi mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian Jackson R.S Weenas (2013) membuktikan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya penelitian Dachis (2020) menunjukkan adanya pengaruh secara signifikan inovasi produk dengan keputusan pembelian. Disamping itu, terdapat pula penelitian yang memiliki hasil berbeda, seperti penelitian yang dilakukan oleh Mayasari (2016) menunjukkan Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian Wahab (2016) menunjukkan media komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian Soepono (2018) membuktikan secara parsial variabel inovasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta, penelitian Mulyana (2019) menunjukkan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk.

Fenomena yang membuat peneliti tertarik mengambil penelitian ini karena di Lumajang sendiri telah ada beberapa perusahaan yang memiliki mesin bordir salah satunya yaitu Swasti Bordir. Persaingan dalam industri bordir sangat ketat, hal ini membuat konsumen menghadapi banyak pilihan dalam memutuskan pembelian. Konsumen juga sering membandingkan harga, produk yang dihasilkan ataupun menurut pendapat orang lain. Hal ini tentu pada sebuah perusahaan harus

menentukan inovasi, kualitas dan strategi pemasaran yang lebih baik lagi. Salah satunya adalah bagaimana memberikan produk yang sesuai dengan keinginan mereka dan harga yang sangat terjangkau bagi konsumen karena harga yang bervariasi. Dengan fenomena ini menimbulkan persaingan yang sangat ketat dibidang jasa bordir.

Penelitian ini dilakukan di Swasti Bordir yang berlokasi di jalan Kutorenon Sukodono, Kabupaten Lumajang, dimana lokasi ini terdapat beberapa bordir lain, sehingga hal ini mengakibatkan persaingan terhadap jasa bordir yang semakin ketat. Apabila kualitas dan harga bordir tidak sesuai dengan harapan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Pengaruh Media Komunikasi, Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang”**.

## **1.2 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini penulis memberi batasan agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang terlalu luas yang dapat menimbulkan perbedaan pengertian antara peneliti dan pembaca. Pembatasan masalah yang ditetapkan peneliti adalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini adalah penelitian di bidang Manajemen Pemasaran.
- b. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu media komunikasi, kualitas produk, inovasi produk, harga, dan keputusan pembelian.
- c. Responden penelitian ini adalah konsumen Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah media komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang?
- b. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang?
- c. Apakah inovasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang?
- d. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang?

### 1.4 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh media komunikasi terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.
- b. Untuk mengetahui menganalisis dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

- c. Untuk mengetahui, menganalisis, dan menguji pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.
- d. Untuk mengetahui, menganalisis dan menguji pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Setelah penelitian ini selesai, diharapkan memiliki manfaat ilmiah dan praktis bagi peneliti, lembaga pendidikan, dan lainnya. Peneliti melaporkan kegunaan penelitian ini sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Pemasaran terutama dalam menguji media komunikasi, kualitas produk, inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian sehingga dapat dijelaskan apakah hasil penelitian ini mendukung atau tidak dengan penelitian terdahulu.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi ITB Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan perbendaharaan perpustakaan yang ada di ITB Widya Gama Lumajang dan dapat memberikan informasi bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut yang berhubungan dengan media komunikasi, kualitas produk, inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian.



2) Bagi Peneliti

Menambah pemahaman serta memberikan wawasan mengenai “media komunikasi, kualitas produk, inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Swasti Bordir di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumajang”.

3) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat dijadikan untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian baru yang membahas tentang topik yang sama yaitu media komunikasi, inovasi produk, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.

4) Bagi Swasti Bordir

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan pada pihak Swasti Bordir untuk menentukan kebijakan keputusan pembelian yang berhubungan dengan media komunikasi, kualitas dan harga yang diberikan. Dengan demikian, pihak Swasti Bordir bisa meningkatkan keputusan pembelian yang lebih baik agar tujuan bisa tercapai.

5) Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana konsumen dalam menilai ketertarikan produk di swasti bordir.