

BAB 1

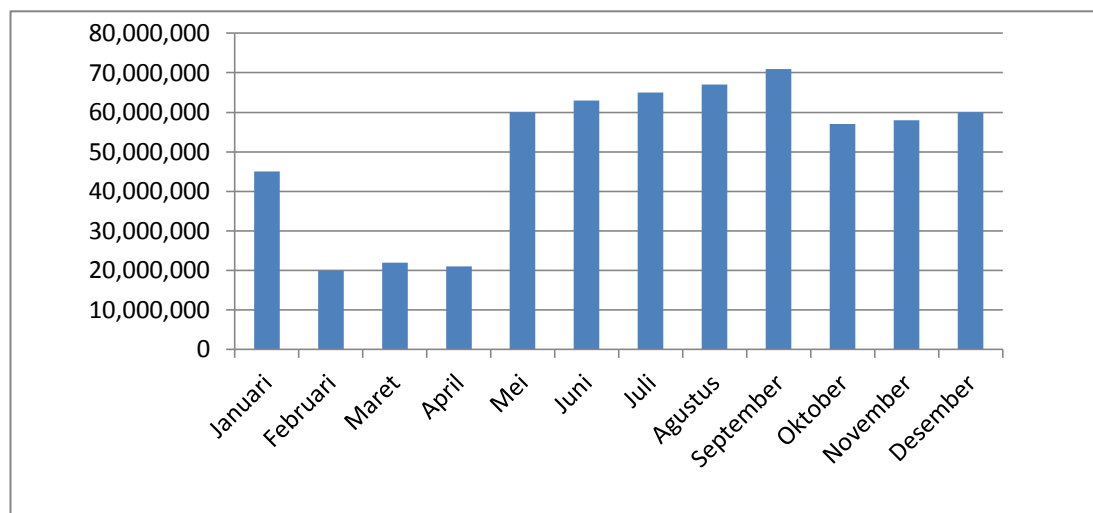
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi berdampak pada perkembangan dunia usaha yang ditandai dengan maraknya perusahaan yang melakukan penciptaan berbagai produk baik barang maupun layanan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini dan waktu yang akan mendatang. Hal ini juga dapat mendorong meningkatnya pembelian konsumen. Disisi lain, keadaan seperti ini membuat berbagai dunia usaha akan mengalami persaingan yang semakin ketat (Japlani,2020).Salah satu dampak dari cepatnya dunia usaha yaitu terjadinya persaingan bisnis yang ketat, kondisi ini mewajibkan pengusaha untuk mempertahankan usaha dengan strategi yang tepat. Salah satu nya dengan mendapatkan keunggulan bersaing agar berhasil menyaingi kompetitor dengan kualitas barang dan jasausaha sejenis maupun tidak sejenis (Maria & Ngaliman, 2017). Keadaan ini juga berlaku untuk usaha yang bergerak dalam bidang *fashion*.Usaha dalam bidang *fashion* merupakan jenis usaha menjual berbagai macam busana, dengan berbagai macam model dan disesuaikan menurut gaya hidup. Usaha pada bidang ini juga dibutuhkan strategi pemasaran yang mampu menjaga posisi aman perusahaan. Strategi pemasaran yang tepat akan berdampak pada keputusan pembelian yang meningkat bagi perusahaan.

Pada toko Mika *Collection*inilebih mengikuti *trend* dengan mengikuti *fashion* yang dari tahun ke tahun berikutnya mengalami perubahan cara berpakaian ataupun modelnya, akan tetapi pemilik usaha lebih mementingkan kualitas dengan

bahan yang baik dengan harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat dan pelayanan yang baik dan juga karyawan sangat ramah akan nantinya berdampak pada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Di dalam usahanya di *Mika Collection* juga mengalami sebuah peningkatan dan penurunan omset setelah adanya wabah *Covid-19*.



Gambar 1.1 Penjualan Toko *Mika Collection* Lumajang Tahun 2022
Sumber: Penjualan Toko *Mika Collection* Lumajang

Gambar diatas adalah data penjualan Toko *Mika Collection* Lumajang pada tahun 2022 yang sedang mengalami penurunan omset pada bulan Februari yaitu sebesar Rp. 20.000.000 karena adanya andemi *Covid-19* dan di Bulan Mei yang bertepatan dengan Hari Raya Idul Fitri juga mengalami peningkatan yaitu sebesar Rp. 60.000.000. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *Mika Collection* Lumajang”**.

Keputusan pembelian adalah proses yang dilewati oleh seorang konsumen dalam menentukan suatu pilihan produk barang dan jasa dimana konsumen dapat

menetapkan pilihan dalam membeli barang atau tidak yang digunakan untuk memuaskan seseorang dengan pertimbangan sangat intensif(Firmansyah, 2018:25). Keputusan pembelian yang tinggi mampu meningkatkan pendapatan perusahaan, sehingga perusahaan mampu bertahan dalam dunia persaingan, terutama yang sejenis.

Pengaruh keputusan pembelian didasari oleh perilaku konsumen. Perusahaan harus mengetahui apa yang dibutuhkan sehingga konsumen bisa memiliki keputusan untuk pembelian pada produk yang di tawarkan. Selain itu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian memiliki harga yang terjangkau,dan lokasi yang strategis.

Kualitas produk menurut peneliti dilihat dari kemudahan dalam penggunaan, daya tahan, kejelasan fungsi merupakan suatu kemampuan sebuah produk guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta kepuasan seorang pelanggan (Hariyanto & Farida, 2020). Dengan adanya kualitas produk yang baik nantinya akan membuat perusahaan mendapatkan predikat bagus di mata konsumen dan akan menciptakan keputusan pembelian dari konsumen. Selain itu, dengan adanya kualitas dari produk yang di tawarkan oleh produsen akan terjual dengan baik dan juga tidak menutup kemungkinan akan pesat berkembang ke pasar global. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu terkait hubungan kualitas produk dan keputusan pembelian apabila kualitas produk semakin baik maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Maka dari itu kualitas produk sangat dinilai penting oleh perusahaan, dikarenakan dengan adanya kualitas produk juga akan berdampak pada harga.

Harga adalah satuan alat pembayaran yang sah yang dapat ditukarkan supaya memperoleh hak milik atas produk maupun jasa sesuai loyalitas yang dilakukan seorang konsumen yang menjadi pencapaian suatu perusahaan (Tjiptono & Diana, 2016:218). Harga memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin terjangkau harga yang ditetapkan akan diikuti dengan meningkatnya keputusan pembelian. Sebaliknya, apabila harga semakin tinggi maka keputusan konsumen dalam melakukan pembelian semakin rendah. Komponen selanjutnya yang dapat memengaruhi keputusan pembelian selain kualitas produk dan harga adalah dari kualitas pelayanan oleh perusahaan kepada konsumen. Harga dipertimbangkan sebagai bahan prediksi keputusan pembelian karena harga merupakan factor utama seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain kualitas produk dan harga maka kualitas pelayanan juga dipertimbangkan dalam memutuskan pembelian.

Menurut Kasmir (2017:47), kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan seseorang atau perbuatan untuk memberikan sebuah keputusan terhadap konsumen maupun sesama karyawan. Selain itu menurut Jacklin, et al (2019), bahwa kualitas pelayanan adalah suatu tingkat kepuasan pada konsumen yang memberikan secara langsung sehingga bisa terpenuhi harapannya karena apabila tidak, dapat menyebabkan konsumen tidak melakukan pembelian. Dalam meningkatkan kinerja perusahaan, kualitas pelayanan harus selalu diperhatikan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik akan memutuskan pembelian.

Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian yaitu

penelitian Kaharu & Budiarti (2016) tentang “Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Cosmic*” mengatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada *Cosmic*. Yumi dkk (2017) mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *KFC Bahu Mall Manado*” suasana toko dan kualitas pelayanan dapat memengaruhi keputusan pembelian. Perusahaan dituntut untuk dapat melaksanakan strategi yang tepat guna supaya perusahaan tersebut terus berkembang serta melalui pengembangan inovasi produk dengan mengikuti perkembangan zaman. Tetapi penelitian tidak sesuai penelitian Laila & Sudarwanto (2018) tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo” yang hasil penelitiannya menunjukkan kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak bermakna sehingga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang sama juga dilakukan oleh peneliti bernama Kodu (2013) tentang “Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian” mengatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian Mobil Toyota Avanza. Selanjutnya oleh Ardiansyah Japlani (2020) tentang “Pengaruh Harga dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik Di Kota Metro Lampung” mengatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada butik di Kota Metro Lampung.

Perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada : (1) periode penelitian, (2) subjek yang diteliti, (3) lokasi penelitian, (4) komposisi variabel penelitian, karena pada beberapa hal tersebut akan memberikan hasil penelitian yang berbeda. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada Toko Mika *Collection*, dikarenakan menurut pengamatan peneliti Toko Mika *Collection* itu memiliki kualitas produk yang baik seperti banyaknya busana wanita yang selalu mengikuti *trend* saat ini. Selain itu, harga yang menjadi patokan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan, mempunyai banyak konsumen tetap atau setia.

1.2. Batasan Masalah

Sebagai upaya memberikan kemudahan dalam menjalankan proses penelitian ini, maka diperlukan pembatasan masalah yang bertujuan guna menghindari adanya pembahasan yang tidak sesuai dengan pokok permasalahan, sehingga dapat mengurangi terjadinya kesalahpahaman dari pembaca akan adanya perbedaan persepsi. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini meliputi :

- a. Bidang penelitian adalah manajemen pemasaran.
- b. Membahas mengenai kualitas produk, harga, kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen toko Mika *Collection* Lumajang.

1.3. Rumusan Masalah

Sebagai perusahaan yang menjual berbagai produk, Toko Mika *Collection* perlu sekali untuk memperhatikan kualitas produknya, harga dan kualitas

pelayanannya untuk menciptakan dan membuat ketertarikan konsumen pada produk toko tersebut. Dengan adanya kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan yang baik, nantinya akan menimbulkan keputusan pembelian kepada toko *Mika Collection*. Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko *Mika Collection* Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko *Mika Collection* Lumajang?
- c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko *Mika Collection* Lumajang?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pokok permasalahan yang dipaparkan, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pada Toko *Mika Collection* Lumajang.
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Pada Toko *Mika Collection* Lumajang.
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Pada Toko *Mika Collection* Lumajang.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan agar memberikan manfaat yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dimaksudkan sebagai tambahan dan memberikan kontribusi dalam dalam pengembangan kajian ilmu manajemen pemasaran terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Mika *Collection* Lumajang. Juga diharapkan dapat menjadi acuan penelitian-penelitian sejenis dan penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Pihak Toko Mika *Collection*

Sebagai bahan pengevaluasian dan pemikiran bagi Toko Mika *Collection* Lumajang tentang perlunya memperhatikan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Toko Mika *Collection*.

2) Bagi konsumen

Penelitian dapat dijadikan sebagai arahan, informasi dan sumbangan kepada konsumen terkait keputusan pembelian produk dengan memperhatikan kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan

3) Bagi peneliti lain

Penelitian ini dimaksudkan sebagai bahan referensi dan sumber informasi bagi peneliti selanjutnya untuk melanjutkan dan memperbaiki penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan kepada penelitian selanjutnya.