

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia dewasa ini, semakin banyak barang yang diproduksi, sehingga menuntut perusahaan untuk bersaing. Disini pemasaran mempunyai peranan penting karena pemasaran menuntut lebih sekedar memproduksi barang yang akan dibutuhkan oleh konsumen tetapi pemasaran harus mengetahui bagaimana menyajikan tawaran yang baik dari pesaingnya.

PT. Danliris Cemani Solo merupakan perusahaan di bidang konveksi kain yang berkualitas, nilai kepuasan itulah yang diberikan kepada konsumen. Sejalan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk konveksi atau pakaian, semakin besar pula produksi yang dibutuhkan. Kebutuhan akan produk konveksi atau pakaian makin dirasakan baik perorangan maupun dunia usaha di Indonesia. PT. Danliris juga mengekspor barang produksinya ke luar negeri dengan memproduksi kain berdasarkan musim yaitu:

1. *Summer* (panas) yaitu dengan memproduksi kain agak tipis.
2. *Winter* (hujan) yaitu dengan memproduksi kain agak tebal.
3. *Snow* (salju) yaitu dengan memproduksi kain yang sangat tebal.

Salah satu kegiatan pemasaran adalah berusaha mempengaruhi konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Dengan kata lain pemahaman terhadap perilaku konsumen merupakan salah satu faktor dasar yang diperlukan untuk menyusun strategi pemasaran.

Secara umum perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang berasal dari individu itu sendiri (internal) maupun yang berasal dari luar (eksternal). Faktor eksternal yang dimaksud meliputi kebudayaan, sub budaya, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang ada pada diri konsumen itu sendiri (psikologis) yang meliputi: belajar, kepribadian, dan konsep diri, serta sikap (Stanton, 1996 : 155).

Konveksi (kain) merupakan kebutuhan sandang bagi manusia, tapi fungsi kain atau pakaian juga bisa menunjukkan kelas sosial bagi seseorang (prestige). Perkembangan mesin yang semakin canggih memungkinkan perusahaan untuk memproduksi kain yang berkualitas baik dalam negeri ataupun di ekspor ke luar negeri yang akan menimbulkan persaingan ketat diantara produk tersebut. Hal ini disebabkan, karena beberapa bulan sekali pabrikan konveksi mengeluarkan produk produk baru yang mempunyai keunggulan masing masing. PT. Danliris Cemani Solo menjadi pilihan konsumen untuk mencari kain yang berkualitas sesuai dengan kebutuhan.

Salah satu perusahaan konveksi yang ada di Surakarta yaitu PT. Danliris, yang menyediakan macam macam jenis kain yang menjanjikan. Keinginan untuk mendapatkan produk konveksi yang berkualitas juga dipicu oleh kemudahan kemudahan yang ditawarkan oleh PT. Danliris Cemani Solo.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penyusun tertarik untuk mengangkat dalam sebuah penelitian yaitu dengan judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP KAIN KONVEKSI DI PT. DANLIRIS CEMANI SOLO”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah telah dikemukakan ,maka dapat diidentifikasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor harga, merk, kualitas, dan promosi terhadap keputusan penjualan kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor harga, merk, kualitas, dan promosi secara simultan terhadap keputusan penjualan kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo?
3. Analisis manakah yang lebih dominan diantara harga, merk, kualitas dan promosi terhadap keputusan penjualan kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh faktor yang terdiri dari harga, merk, kualitas, dan promosi secara parsial terhadap perilaku konsumen dalam melakukan penjualan kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo.
2. Untuk menganalisis signifikansi pengaruh faktor dari harga, merk, kualitas, dan promosi secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam melakukan penjualan kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo.

3. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian kain konveksi di PT. Danliris Cemani Solo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana penerapan langsung dari teori teori yang telah di dapat selama di bangku kuliah, khususnya teori teori yang berhubungan dengan manajemen pemasaran dan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan informasi yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam hal pengambilan kebijakan perusahaan khususnya dibidang pemasaran di masa yang akan datang.

3. Bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan .bahan acuan serta informasi untuk mengembangkan penelitian yang serupa serta sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan.

## **E. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan diperlukan untuk mempermudah penguraian masalah dalam suatu penelitian, agar cara kerja penelitian menjadi lebih terarah, runtut, dan jelas. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini tersusun atas lima bab. Kelima bab itu adalah sebagai berikut:

Bab pertama merupakan pendahuluan. Berisi tentang latar belakang masalah tentang perusahaan konveksi yang ada di Surakarta yaitu PT. Danliris, yang menyediakan macam macam jenis kain yang menjanjikan. Rumusan masalah tersebut menjelaskan tujuan penelitian dan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian. Sistematika penulisan yang akan memberi gambaran tentang alur penulisan dalam penelitian ini.

Bab kedua berisi tinjauan pustaka yang terdiri dari teori-teori yang secara langsung berhubungan dengan masalah yang hendak diteliti dan dikaji. Tinjauan penelitian yang relevan yaitu memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang masih berhubungan dengan penelitian yang dianalisis.

Bab ketiga merupakan metode penelitian yang terdiri dari Kerangka Pemikiran, Populasi, Sampel, Jenis dan Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

Bab keempat merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri dari Gambaran Umum, Deskripsi Data, Analisis Data dan Pembahasannya.

Bab kelima merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran.