

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi ini, banyak dijumpai adanya perkembangan yang pesat pada sejumlah kota, salah satunya adalah Solo. Perkembangan kota, lingkungan, dan pergaulan sangatlah mempengaruhi perilaku dan gaya hidup masyarakat setempat khususnya remaja dalam hal berpakaian. Sedikit mengembalikan memori untuk mengingat bahwa model gaya berpakaian remaja Solo 5-10 tahun yang lalu sangatlah sederhana, cuek, apa adanya, dan cenderung kurang menyenangkan apabila dipandang oleh mata. Namun, cara dan gaya berpakaian remaja Solo masa kini sangatlah berbeda apabila dibandingkan dengan 5-10 tahun yang lalu, dimana cara dan gaya berpakaian mereka sangat rapi, menarik, keren, dan gaul.

Selain perkembangan jaman dan perubahan gaya hidup, terutama dalam hal mode, ada beberapa hal yang turut mempengaruhi remaja Solo dalam hal berpakaian, salah satunya adalah kualitas produk / pakaian. Kualitas produk, dipandang sangat penting karena menyangkut masalah keuangan suatu produk. Semakin cepat usang atau rusak suatu pakaian, maka akan semakin besar pula biaya yang harus dikeluarkan dimana konsumen harus memperbaiki pakaian tersebut atau bahkan harus membeli kembali karena pakaian tersebut sudah tidak dapat digunakan. Bagi remaja Solo, harga tidak menjamin kualitas produk tetapi kualitas produklah yang terjamin oleh harga yang ditetapkan.

Salah satu cara keberhasilan perusahaan agar dapat mempertahankan eksistensi adalah dengan mempertahankan kualitas produk. Dewasa ini orang selalu mendasarkan diri pada system yang menjamin kualitas, yaitu system yang terdiri dari kebijaksanaan, prosedur, dan pedoman yang membentuk dan memelihara standar tertentu kualitas produk, dengan adanya perkembangan cara dan gaya hidup remaja Solo, industri pakaian atau konveksi kota Solo berkembang sangat pesat dengan ditandai oleh banyaknya Distro (Distributor Outlet) yang saling bersaing untuk mendapatkan pengakuan terbaik, simpati, kepercayaan, dan image dari para remaja Solo terutama dalam hal kualitas produk. Salah satu Distro yang turut bersaing adalah Rown Division. Kualitas dalam era globalisasi telah menjadi harapan dan keinginan semua orang khususnya pelanggan. Oleh karena itu pihak produsen harus berusaha mengembangkan konsepsi dan teknologi kualitas sejalan dengan trend globalisasi.

Pengendalian kualitas adalah suatu aktivitas (manajemen perusahaan) untuk menjaga dan mengarahkan agar kualitas produk dan jasa perusahaan dapat dipertahankan sebagaimana yang telah direncanakan (Agus Ahyari, 1990: 239). Pengendalian terhadap kualitas produk dilaksanakan apabila perusahaan menyadari betapa pentingnya menciptakan atau mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan. Pengendalian kualitas lebih menekankan pada keuntungan jangka panjang, dengan mengadakan pengendalian kualitas maka akan menciptakan atau mempertahankan produk yang berkualitas serta

mampu menekan produk yang rusak sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan minat pembelian konsumen dan profitabilitas perusahaan.

Sejarah berdiri berawal dari pertengahan bulan Agustus 2007, dengan support yang selalu menjadi inspirasi dan berbekal sebuah semangat, keyakinan, dan secercah harapan untuk bisa mengangkat dan mengakui-karya sendiri, maka memutuskan untuk membangun sebuah *clothing company* dengan nama Rown Division. Rown Division yang memasuki dunia fashion dengan spesifikasi sebuah *clothing company* mulaiberadaptasi dengan merealisasikan kegemaran pada hal yang bernafaskan independent dengan mendistribusikan berbagai macam item stuff.

Rown Division berasal dari nama Ryo Owner yang kemudian disingkat menjadi Rown. Ryo adalah pendiri sekaligus pemilik Rown. Seiring berjalannya waktu, Rown Division berkembang menjadi salah satu Distro ternama yang dikenal oleh banyak remaja di Kota Solo dan sekitarnya. Rown Division merupakan Distro yang menjual dan memproduksi sendiri produk yang berkualitas untuk tingkat menengah. Rown Division lebih mengutamakan kualitas produk karena merupakan salah satu syarat utama untuk menarik minat konsumen.

Rown Division pada awalnya memproduksi barang untuk cowok, kemudian kami mengembangkan ide dan kebutuhan pasar dengan mengeluarkan produk baru dengan nama PRETTY ROWN yang khusus memanjakan kebutuhan cewek di bidang *fashion* pada umumnya dengan konsep dan ciri khas *simple but different* dari rown division.

Meningkatnya minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan Rown Division dapat dilihat dari kualitas, harga, lokasi, dan promosi yang ditawarkan oleh Rown Division kepada konsumen sangat mempengaruhi penjualan dan perkembangan perusahaan Rown Division tersebut. Dari segi kualitas yang baik, harga yang terjangkau, lokasi yang strategis, serta promosi melalui media masa yang menarik, dapat menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk yang di tawarkan sehingga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan Rown Division tersebut.

Dalam hal pembelian produk, pendapatan akan meningkat dan labapun akan tinggi. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levit, 1987 dalam Tjiptono, 2004).

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan bebrapa manfaat di antaranya adalah hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut *word of month communication* yang menguntungkan bagi perusahaan (Swasta, 2001: 84). Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut (Engel et al., 1990 dalam Tjiptono, 2004).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas dan pentingnya kualitas produk maka penulis dalam penelitian ini memilih judul: **“Pengaruh Kualitas, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro Rown Division Di Solo”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, permasalahan yang akan di kemukakan oleh penulis adalah :

1. Apakah faktor kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo?
2. Apakah faktor harga mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo?
3. Apakah faktor lokasi mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo?
4. Apakah faktor promosi mempengaruhi keputusan pembelian produk pada Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo?
5. Apakah variabel kualitas, harga, lokasi dan promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui berapa besar pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo.
2. Mengetahui berapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo.
3. Mengetahui berapa besar pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo.
4. Mengetahui berapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo.
5. Mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas, harga, lokasi, promosi terhadap keputusan pembelian produk Distro (Distributor Outlet) Rown Division di kota Solo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pemikiran, bahan pertimbangan, dan bahan informasi bagi pimpinan Distro Rown Division di kota Solo dalam menjaga kualitas, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian tentang kualitas, harga, lokasi dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Distro Rown Division di kota Solo ini dapat menambah wawasan, pengetahuan serta memberikan informasi atau masukan terhadap penelitian selanjutnya untuk dikembangkan lebih lanjut.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika ini berguna untuk memberikan gambaran yang jelas dan tidak menyimpang dari pokok penelitian, secara sistematika berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran atau latar belakang penelitian ini untuk selanjutnya disusun batasan masalah, perumusan masalah dan diuraikan tentang tujuan penelitian serta manfaat penelitian, kemudian diakhiri dengan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan teori pemasaran, kualitas, tingkat harga, lokasistrategis, pengaruhpromosi, keputusan pembelian, proses pengambilan keputusan, penelitian terdahulu, hipotesis dan teori-teori yang relevan mendukung penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang kerangka pikiran, jenis penelitian, metode pengambilan sampel (populasi dan sampel), metode pengumpulan data, sumber data, definisi operasional, analisis data yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA dan HASIL PENELITIAN

Bab ini diuraikan tentang deskripsi data, analisis data dan pembahasan serta pembahasan atas hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan menyajikan secara singkat tentang kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan, keterbatasan penelitian dan saran-saran yang direkomendasi oleh peneliti kepada perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN