

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di era sekarang telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di tiap kategori bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2005). Tidak terkecuali usaha dalam pakaian yang dimulai dari skala kecil seperti membuka lapak di pasar, dan hanya menjual melalui online, bisnis pakaian berskala menengah seperti distro dan butik, sampai dengan bisnis pakaian yang berskala besar seperti department store di mall-mall besar.

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan konsep salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Kotler, 1997). Pengambilan keputusan pembeli

dipengaruhi kemampuan perusahaan menarik pembeli, dan selain itu juga dipengaruhi faktor-faktor diluar perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses pengambilan keputusan tersebut akan diwarnai oleh ciri kepribadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Oleh karena itu kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginannya. Perusahaan harus bisa memasarkan produk atau jasa yang diproduksi kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Menurut Kotler & Amstrong (2007) kualitas produk yang merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Keunggulan-keunggulan dari produk dapat diketahui oleh konsumen dan akan menimbulkan suatu kesadaran akan merek produk tersebut.

Aspek yang perlu diperhatikan selain kualitas produk adalah kualitas pelayanan. Menurut Wyckof (dalam Tjiptono, 2007:260) Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut akan memenuhi keinginan pelanggan. Layanan yang berkualitas adalah persepsi konsumen merasa puas saat terjadinya proses transaksi. Kedua aspek diatas, kualitas produk, dan kualitas layanan, erat

hubungannya dengan harga jual barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Menurut Kotler (1994:78), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai yang konsumen pertukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk jasa yang dipertukarkan itu. Bagi konsumen harga merupakan faktor yang menentukan dalam pengambilan keputusan untuk membeli suatu produk atau tidak. Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

Ide usaha yang tidak pernah surut pembeli adalah usaha pakaian, karena pakaian merupakan salah satu kebutuhan primer. Salah satu kunci sukses dalam usaha ini adalah inovatif dan kreatif. Banyak pelaku usaha pakaian yang telah membuktikannya. Salah satu usaha pakaian yang kreatif dan inovatif di Jawa Tengah, sebuah distro di Surakarta yang didirikan pada pertengahan bulan Agustus tahun 2007 yakni Rown Divison. Distro yang beralamatkan di Jl. Adisucipto No.1, Manahan, Surakarta. Distro ini menawarkan banyak produk pakaiannya dengan model dan desain yang kreatif, serta sesuai dengan trend sekarang.

Rown Divison telah mampu menciptakan keunggulan bersaing atas produk, pelayanan dan harga dalam upaya menarik perhatian pasar dan

menghadapi persaingan dalam bisnis pakaian. Dalam upaya mendatangkan pelanggan dan mempertahankan pelanggan, yaitu menumbuhkan minat beli dan akhirnya melakukan keputusan pembelian yang tidak mudah. Banyak faktor yang mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal yaitu dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan luar yang dilakukan oleh pelaku usaha (perusahaan), dimana dalam hal ini perusahaan atau pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi perilaku konsumen dalam hubungannya melakukan suatu keputusan pembelian.

Dari uraian di atas, penelitian ini mengamati pelanggan Rown Divison bukan dari promosi yang ada. Namun lebih kepada pengaruh kualitas produk itu sendiri menurut persepsi pelanggan, kualitas layanan yang diberikan oleh produsen dan dirasakan langsung oleh konsumen, harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Dari penjelasannya, maka penulis ingin mengadakan penelitian pada beberapa konsumen Rown Divison. Atas dasar latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan judul:

"Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Rown Divison Kota Surakarta".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka dapat ditarik suatu perumusan masalah yaitu :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rown Divison?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rown Division?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rown Division?

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di area Rown Divison.
2. Penelitian dilakukan pada perusahaan yang bergerak dalam bidang clothing.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Rown Divison.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Rown Divison.

- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Rown Divison.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, maka manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Untuk membantu informasi bagi perusahaan mengenai pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian untuk di masa yang akan datang.

2. Bagi Penulis

Dapat menerapkan teori yang telah diperoleh penulis dibangku kuliah dan mencoba untuk menerapkan ilmu yang pernah penulis terima serta untuk tambahan informasi dan memperluas pengetahuan.

3. Bagi Pihak Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memberikan gambaran secara menyeluruh dalam penelitian ini, maka penulis membaginya kedalam lima bab berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai literatur landasan-landasan teori yang berisi pengertian dan teori yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia, keputusan pembelian, kualitas produk, kualitas layanan dan harga, yang diharapkan mampu mendukung pokok-pokok permasalahan yang diteliti, membahas mengenai penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metode penelitian yang terdiri atas: jenis penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi variabel dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil pelaksanaan penelitian, pengujian kualitas data, analisis data, hasil analisis data dan pembahasannya. Dalam bab ini juga dijelaskan dan dibandingkan pula hasil yang diperoleh dari penelitian sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang dapat dijadikan masukan untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN