BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Banyaknya produk yang beredar dalam pasar akan membuat konsumen kesulitan untuk mengidentifikasi suatu produk. Sehingga produk yang memiliki citra merek dan kualitas produk yang baik akan mudah diingat oleh konsumen. Hal tersebut akan menjadikan suatu produk mendapatkan perhatian dari konsumen. Dan juga mendorong konsumen untuk mencari tahu akan produk tersebut. Pencarian informasi tersebut merupakan salah satu bentuk tindakan konsumen dalam menunjukkan sikap yang memiliki minat terhadap suatu produk.

Memahami tingkat keterlibatan konsumen terhadap produk atau jasa berarti pemasar berusaha mengidentifikasi hal-hal yang menyebabkan seseorang merasa harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk atau jasa. Kotler dani Kelleri (2008) menjelaskan bahwa perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnyan proses pengambilan keputusan pelanggan, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, menggunakan, mbahkan dalam mendisposisikan produk. Diantara proses alternatif dan pengambilan keputusan terdapat minat beli konsumen atau yang biasa disebut dengan purchase intention.

Merunut Fandy Tjiptono (1999), barang adalah produk yang berwujud fisik sehingga bisa dilihat, dirasa, diraba, di sentuh, di simpan,

dan perlakuan fisik lainnya. Para ahli juga menjelaskan bahwa barang adalah suatu hal yang diciptakan memalui proses produksi dan akan dijual sehingga menghasilkan nilai tambah bangi produsen dan memberikan manfaat (utilitas) bagi konsumen.

Barang bekas merupakan barang lama yang sudah tidak terpakai atau tidak dibutuhkan lagi oleh beberapa orang, namun belum tentu barang tersebut tidak layak digunakan kembali. Bagi para konsumen, barang bekas merupakan alternatif mendapatkan barang murah tanpa mengurangi kegunaan dan kepuasan pembeli terhadap jenis barang yang dibutuhkan. penjual dan pembeli barang bekas, di pertemukan dalam sebuah pasar khusus yang telah di sediakan pemerintah bahkan sebagian orang dari suatu wilayah.

Kualitas barang juga memepengaruhi bangaimana minat beli konsumen terhadap barang tersebut. Menurut Kottler dan Amstrong (2001) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan – kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut Garvin dan A. Dale Timpe (1990) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Dengan adanya kualitas prooduk yang dimiliki oleh brang – barang bekas dapat menimbulkan minat konsumen untuk membeli barang bekas yang masih memiliki manfaat dan fungsi.

Selain kualitas barang atau kualitas produk, konsumen juga melihat barang bekas dari merek barang tersebut. Brand image menurut Fandy

Tjiptono (2005) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Brand image itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara missal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek. Dengan adanya barang – barang bekas bermerek yang dijual, banyak konsumen yang membeli barang bekas, fator tersebut disebabkan oleh harga yang mahal jika konsumen membeli prodok baru.

Barang bekas juga dapat di olah kembali menjadi barang atau produk baru yang memiliki nilai ekonomis tinggi, tidak jarang konsumen membeli barang bekas untuk diolah kembali atau di daur ulang sehingga dapat menciptakan industri kreatif.

Adanya pasar barang – barang bekas di Notoharjo atau yang sering di sebut sebagai pasar Klitikan Notohorjo menunjukkan bahwa barang – barang bekas masih banyak yang layak di gunakan dan di jual kembali oleh pedangan banyak di jumpai barang barang dengan merek – merek terkenal dari luar negeri atau produk bekas yang memiliki kualitas sehingga masih menarik minat konsumen untuk membeli barang bekas tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI BARANG BEKAS DI PASAR KLITIKAN NOTOHARJO”.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat beli barang bekas di Pasar Klitikan Notoharjo ?
2. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap minat beli barang bekas di Pasar Klitikan Notoharjo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh kualitas produk terhadap minat beli barang bekas di pasar Klitikan Notoharjo.
2. Mengindentifikasi pengaruh citra merek terhadap minat beli barang bekas di pasar Klitikan Notoharjo.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritik
   a. Memberi tambahan wawasan pengetahuan tentang pengaruh dari kulitas produk dan citra merek terhadap minat beli barang bekas.

b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pedoman untuk penelitian berikutnya yang sejenis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Konsumen

Konsumen dapant memutuskan dengan mempertimbangkan kualitas produk dan citra merek sebelum membeli barang bekas yang masih layak untu di gunakan.

b. Bagi Pedagang

Pedagang dapat mengetahui bagaimana cara meningkatkan minat beli konsumen terhadap barang bekas melalui kualitas dan citra merek dari barang bekas.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisi hasil-hasil penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini diuraikan tentang deskripsi variabel-variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis penelitian , metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta sasaran-sasaran yang mungkin nantinya berguna bagi organisasi maupun ilmu pengetahuan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN