

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami perubahan secara terus-menerus. Salah satu contoh perubahan tersebut yaitu dalam hal perubahan teknologi dan gaya hidup masyarakat dimana hal ini tidak lepas dari pengaruh globalisasi yang sekarang terjadi. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan keberagaman produk serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan.

Pembeli adalah individu atau organisasi dalam mendapatkan barang atau jasa terlebih dahulu mempertimbangkan banyak faktor yang mempengaruhi barang dan jasa tersebut serta biasanya pembelian dilakukan dengan alat tukar uang. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen membeli suatu barang atau jasa. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Granada merupakan perusahaan ritel anak cabang dari perusahaan Amigo Group yang bergerak dalam bidang fashion. Selain pakaian Granada juga menjual alat sholat, sepatu, sandal dan tas, dan lain-

lain. Granada yang berada di Delanggu, Klaten hadir di tengah masyarakat dengan beberapa jenis produk yang ditawarkan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah Harga, Kualitas Produk, Citra Merek dan Keberagaman Produk merupakan identitas dari barang atau jasa. Harga adalah unsur penentu dalam perusahaan mendapatkan laba. Harga merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penetapan harga oleh perusahaan harus disesuaikan dengan situasi lingkungan dan perubahan yang terjadi terutama pada saat persaingan yang semakin ketat dan perkembangan permintaan yang terbatas.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan.

Sebuah merek yang terkenal dan terpercaya merupakan asset yang tidak ternilai. Merek berkembang menjadi sumber asset terbesar dan merupakan faktor penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan. Keahlian

yang paling unik dari pemasar profesional adalah kemampuannya untuk menciptakan, memelihara, dan melindungi serta meningkatkan merek. Produk dengan *brand image* terkenal akan mengundang konsumen untuk mencoba atau melakukan keputusan pembelian ulang. Menurut James F. Engels (1995:258) keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Dari latar belakang oleh kondisi tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menguji beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk, citra merek dan keberagaman produk, maka dari itu dalam rangka penyusunan skripsi ini penulis memilih judul: **“ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, DAN KEBERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GRANADA DELANGGU”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu?

3. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu?
4. Apakah Keberagaman Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu.
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu.
4. Untuk mengetahui pengaruh Keberagaman Produk terhadap Keputusan Pembelian di Granada Delanggu.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran tentang harga, kualitas produk, citra merek dan keberagaman produk terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Granada Delanggu

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam Keputusan Pembelian Granada Delanggu.

b. Bagi Pelanggan

Hasil penelitian ini menjadikan bahan pertimbangan dalam keputusan pembelian, sehingga semua masukan bisa menjadikan bahan.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan merupakan suatu pola dalam menyusun karya ilmiah untuk memperoleh gambaran secara garis besar bab demi bab. Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini disusun dalam lima bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama pada penelitian ini memuat uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua pada penelitian ini menguraikan tentang teori-teori yang menjadi dasar analisis penelitian yang meliputi teori harga, kualitas produk, citra merek, dan keberagaman produk. Selain itu bab ini berisi tentang bahasan penelitian terdahulu, hipotesis dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga pada penelitian ini menjelaskan tentang desain penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat pada penelitian ini mencakup sejarah singkat, karakteristik responden, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab kelima pada penelitian ini menguraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**