

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era yang sudah sangat maju ini semakin banyaknya perusahaan kompetitor bermunculan, dan merebut market penjualan. Dalam menjalankan bisnis, adanya persaingan pasar memang bukan hal yang baru baik usaha yang memiliki peluang pasar cukup bagus, atau pun peluang usaha yang pasarnya tidak terlalu bagus. Banyak cara yang mereka lakukan agar usahanya tidak kalah bersaing dengan jenis usaha lainnya, sehingga masih dapat bertahan bahkan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin ramai. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan perlu mengamati perilaku konsumen yang sangat dinamis seperti saat ini. Dengan memahami perilaku konsumen maka produsen dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan memberikan kepuasan lebih baik kepada konsumen. Dengan menggunakan suatu produk biasanya konsumen akan mempertimbangkan dari segi produk yang telah ditawarkan oleh perusahaan. Konsumen mempertimbangkan produk yang dapat dilihat dari segi bentuk, desain, keistimewaan yang dimiliki oleh produk. Membeli suatu produk mempertimbangkan harga produk yang disesuaikan dengan kualitas dan kelebihan dari produk tersebut. Konsumen harus mulai berfikir pintar dalam memilih produk, sehingga konsumen akan mendapatkan produk yang berkualitas dan baik.

Perusahaan diperlukan karena salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan pembelian produk JakShop Bekasi. Perusahaan harus merancang strategi yang tepat untuk mendapatkan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen adalah tahap konsumen juga mungkin membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindari sangat dipengaruhi resiko yang dirasakan.

Adapun yang menjadi ruang lingkup penelitian ini adalah Jakshop Bekasi. Jakshop Bekasi ini merupakan toko yang menjual pakaian dan atribut lainnya dengan

sasaran para fans club bola Persija Jakarta sebagai target konsumennya. Untuk lebih jelasnya, penulis menyajikan data penjualan yang dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Data Penjualan Toko Jakshop Bekasi**  
**Periode Maret S/D September 2021**

| <b>No</b> | <b>Periode Bulan</b> | <b>Target Penjualan</b> | <b>Penjualan yang Terealisasi</b> | <b>% Seluruh Target dengan Penjualan</b> |
|-----------|----------------------|-------------------------|-----------------------------------|------------------------------------------|
| 1         | Maret                | 50                      | 42                                | 84%                                      |
| 2         | April                | 50                      | 34                                | 68%                                      |
| 3         | Mei                  | 50                      | 31                                | 62%                                      |
| 4         | Juni                 | 50                      | 25                                | 50%                                      |
| 5         | Juli                 | 50                      | 24                                | 48%                                      |
| 6         | Agustus              | 50                      | 22                                | 44%                                      |
| 7         | September            | 50                      | 21                                | 42%                                      |

Sumber: Data diolah 2022.

Berdasarkan dari data tabel 1.1 menunjukkan bahwa data penjualan di Jakshop Bekasi dalam kurun waktu 7 bulan terakhir telah terjadi penurunan yang signifikan. Hal ini mengindikasikan adanya masalah pada keputusan pembelian. Di Jakshop Bekasi terdapat penurunan minat pembelian dari konsumen yang berdampak pada penurunan penjualan yang tidak sesuai dengan target yang sudah ditentukan. Berdasarkan observasi yang penulis lakukan, hal tersebut disebabkan oleh perbandingan harga yang ditetapkan Jakshop Bekasi lebih mahal dibandingkan dengan kompetitornya. Selain itu, kualitas produk juga menjadi faktor penyebab menurunnya minat konsumen terhadap pembelian di Jakshop Bekasi. Karena dari segi kualitas produk seperti desain dan keunikan produk yang akan menentukan konsumen untuk membeli atau tidaknya produk tersebut.

Diantara faktor yang sering menjadi pemilihan konsumen dalam memuaskan untuk membeli suatu produk adalah harga. Penentuan harga adalah yang paling krusial dan sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran ritel lainnya, dan harga merupakan satu-satunya unsur dalam pemasaran ritel yang akan mendatangkan laba

rugi. Untuk menetapkan harga suatu produk, maka perusahaan harus dapat menyesuaikan harga dengan kualitas produk yang akan ditawarkan, karena ketika harga yang ditawarkan telah sesuai dengan kualitas produk maka akan semakin tinggi minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Masalah harga, di Store Jakshop Bekasi adalah adanya persaingan harga barang yang dijual di store Jakshop dengan harga barang yang dijual di toko lain, dimana harga barang di Jakshop Bekasi lebih mahal daripada di toko lain dengan kualitas produk yang sama. Penulis membuat perbandingan antara Jakshop Bekasi dengan toko lain, yaitu District Orange, dan Betawi Orens Merch. Berikut ini adalah data harga dari masing-masing toko :

**Tabel 1.2**  
**Data Perbandingan Harga Jakshop Bekasi dengan Kompetitor**

| No | Produk         | Jakshop Bekasi | District Orange | Betawi Orens Merch |
|----|----------------|----------------|-----------------|--------------------|
| 1  | T-Shirt        | Rp100.000,00   | Rp 80.000,00    | Rp 85.000,00       |
| 2  | Hoodie/Sweater | Rp199.000,00   | Rp 179.000,00   | Rp 150.000,00      |
| 3  | Syal/Scrab     | Rp149.000,00   | Rp 135.000,00   | Rp 140.000,00      |

Sumber: Data diolah, 2022.

Berdasarkan data tabel 1.2, diketahui bahwa jumlah harga produk JakShop Bekasi lebih mahal dibandingkan dengan jumlah harga kompetitornya, yaitu District Orange, dan Betawi Oren Merch. Penulis mengambil 3 produk yang sama seperti t-shirt, Hoodie/Sweater, dan Syal/Scrab. Hal ini yang dapat menjadi salah satu indikasi yang dapat memengaruhi berkurangnya minat beli produk di store JakShop Bekasi. Menurut Sarah dan Tumanggor (2021:118), Harga dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah maka keputusan pembelian semakin tinggi.

Faktor selanjutnya yang memengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2016:249) *“Product quality is the characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer needs”*, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa

yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.

Hasil presepsi penulis, diketahui permasalahan yang ada pada kualitas produk ada pada variasi produk yang menurut konsumen biasa saja. Tidak hanya itu, mutu produk yang dijual oleh Jakshop Bekasi berkualitas cenderung buruk, dan harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk yang dijual oleh Jakshop Bekasi. Hal ini dapat dilihat dari komentar konsumen yang sudah pernah membeli Jakshop Bekasi terkait permasalahan kualitas produk :

**Tabel 1.3**

**Tabel Presepsi konsumen terhadap kualitas produk**

| No | Pertanyaan                                                                | Jawaban |     |       |     | Jumlah |      |
|----|---------------------------------------------------------------------------|---------|-----|-------|-----|--------|------|
|    |                                                                           | Ya      |     | Tidak |     | Angka  | %    |
|    |                                                                           | angka   | %   | angka | %   |        |      |
| 1. | Apakah produk JakShop Bekasi memiliki kualitas yang bagus?                | 7       | 23% | 23    | 77% | 30     | 100% |
| 2. | Apakah Produk JakShop Bekasi memiliki design yang variatif?               | 6       | 20% | 24    | 80% | 30     | 100% |
| 3. | Apakah harga yang diberikan JakShop Bekasi sesuai dengan kualitas produk? | 4       | 13% | 26    | 87% | 30     | 100% |

Sumber: Data diolah, 2022.

Dari 3 pertanyaan yang penulis ajukan kepada 30 konsumen yang sudah pernah berbelanja di Jakshop Bekasi terkait dengan kualitas, desain, dan juga kesesuaian harga. Dari diagram tersebut menunjukkan bahwa ada timbul ketidakpuasan konsumen setelah berbelanja di Jakshop Bekasi. Jika dilihat dari data, konsumen yang menyatakan “Tidak”, jauh lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang menjawab “Ya”. Artinya, masih ada ketidakpuasan konsumen terkait harga dengan kualitas produk. Selain itu konsumen juga merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh JakShop Bekasi, karena pelayanan kurang ramah dan lokasi yang dinilai tidak strategis dan area parkir yang tidak memadai.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apakah harga dan kualitas produk, dapat memengaruhi keputusan pembelian di JakShop Bekasi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di JakShop Bekasi”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dari penulisan penelitian ini, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di JakShop Bekasi?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di JakShop Bekasi?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di JakShop Bekasi.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan di JakShop Bekasi.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

1. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini masyarakat dapat lebih jeli dalam menentukan keputusan pembelian. Harga dan kualitas produk dapat menjadi pertimbangan masyarakat untuk melakukan pembelian di JakShop Bekasi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dapat berguna bagi perusahaan untuk mengetahui sejauh mana keefektifan harga dan kualitas produk yang dilakukan dan kelak perusahaan dapat dapat melakukan evaluasi dan memperbaiki sistem harga serta kualitas produknya.

### 3. Bagi Penelitian selanjutnya

Penelitian ini dapat bermanfaat dalam meperluas wawasan mengenai strategi pemasaran dan mempelajari pasar serta mempelajari perilaku konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Hal ini sangat bermanfaat bagi peneliti ketika memasuki dunia usaha, karena dalam menjalankan sebuah usaha harus mampu menghadapi sebuah persaingan. Karena perkembangan ekonomi global semakin berkembang sehingga pengusaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produk baik dari segi harga dan kualitas produk.

## 1.4 Pembatasan Penelitian

Adapun ruang lingkup dan batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Subjek dalam penelitian ini adalah hanya konsumen pembelian pada JakShop Bekasi.
2. Variabel (objek yang diteliti) yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen; keputusan pembelian, variabel independen, yaitu; harga dan kualitas produk.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika pelaporan penelitian ini dirinci sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang, permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini diuraikan secara teoritis mengenai pengertian teori-teori yang mendasari dan berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini, yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis masalah. Teori-teori yang digunakan mengenai pengertian dan konsep variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan penelitian terdahulu

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini berisi populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, model penelitian, jenis dan sumber data, definisi dan pengukuran variabel, metode analisis data, dan pengujian hipotesis

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan deskripsi data dari hasil penelitian yang terdiri dari: hasil penelitian, deskripsi data responden, deskripsi data variabel harga, deskripsi data variabel kualitas produk dan deskripsi data variabel keputusan pembelian.

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan-simpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, serta saran-saran yang diharapkan dapat diterima dan bermanfaat bagi perusahaan.