

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis di pasar domestik yang sedang mengalami kemajuan adalah bidang industri. Berbagai usaha di bidang industri terus menerus meningkat karena adanya peningkatan ekonomi masyarakat dan kebutuhan masyarakat yang selalu bertambah, hal tersebut secara tidak langsung membantu pertumbuhan dunia industri. Perubahan ini akan mengubah pola pikir perusahaan untuk mengatur dan menggunakan strategi yang tepat dalam bisnis mereka.

Industri Seprei merupakan salah satu golongan industri barang jadi tekstil untuk keperluan rumah tangga. Kelompok ini mencakup usaha pembuatan barang-barang jadi tekstil, seperti selimut, seprei, taplak meja, sarung bantal, bed cover, gorden, handuk, selubung mobil dan selimut listrik dan lain-lain (Peraturan Kepala BPS No. 57 tahun 2009, 2009). Pada industri seprei mengalami perkembangan yang cukup pesat dilihat dari data top brand 2019. Merek-merek seprei baru yang ikut dalam dunia persaingan, dengan kata lain suatu perusahaan harus bersaing dengan pesaing lama dan pesaing baru. Beberapa merek seprei yang sudah memiliki citra di hati masyarakat diantaranya adalah My love, Kontakun, Lady Rose, Kenda dan lain-lain.

1

Tabel 1.1: Top Brand Index kategori Produk Rumah Tangga

Merek	Top Brand Index			TOP
	2017	2018	2019	
Bonita	15,6%	27,9%	28,2%	TOP
My Love	41,7%	30,2%	25,0%	TOP

Kontakun	11,1%	14,2%	17,7%	TOP
Lady Rose	15,4%	8,9%	12,2%	
Kendra	2,3%	-	3,6%	

sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan Sprei Bonita mengalami peningkatan pada tahun 2017 – 2018 yaitu 15,6 % menjadi 27,9%. Tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 0,3% menjadi 28,2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Sprei Bonita mengalami peningkatan tiap tahunnya. Sedangkan Sprei My Love mengalami penurunan dari 41,7% di tahun 2017 menjadi 25,0% ditahun 2019.

Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan suatu persepsi terhadap kinerja perusahaan, yang pada gilirannya akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Fungsi, kualitas dan benefits dari suatu produk merupakan fokus perhatian konsumen (Laksana, 2008). Kebutuhan konsumen yang terus meningkat dan didasari oleh tingkat kekritisian yang semakin tinggi, cenderung menuntut pelayanan secara pribadi dan ikut dilibatkan dalam pengembangan suatu produk. Hal inilah yang menjadi dasar pemikiran untuk tetap memenuhi kebutuhan keinginan dan harapan konsumen dalam segala perubahan sehingga tidak akan berpaling ke produk. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk serta atribut bernilai lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas dilihat melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri (Kotler dan Amstrong, 2010). Seperti produk Seprei Bonita mempunyai daya tarik atau estetika yang menarik, hal ini bisa dilihat dari bentuk dan penampilan Seprei Bonita. Bentuk dan desain Seprei Bonita sangat cocok dipakai keluarga, pemberian warna

dan tekstur yang menarik bagi setiap anggota keluarga. Serta keunggulan lainnya adalah bahan yang nyaman dan lembut.

(Mahera, 2014) juga menjelaskan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, ini menunjukkan bahwa konsumen semakin jeli dalam memperhatikan produk yang akan dibeli. Kualitas produk yang baik akan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan, karena konsumen akan memilih produk dengan kualitas yang baik.

Menurut Kotler dan Keller (2013) Citra merek didefinisikan sebagai merek yang direfleksikan konsumen dengan berpegang pada ingatan konsumen yang di ukur dengan menggunakan indikator yaitu kekuatan asosiasi merek (strength of brand association),keuntungan asosiasi merek (Favourability of brand association) ,dan keunikan asosiasi merek (uniqueness of brand association).

Penelitian (Wulandari, 2018) menyatakan bahwa citra merek memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian.semakin baik citra merek, maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.Citra merek dapat dibentuk melalui kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan. Keduanya harus optimal agar konsumen semakin yakin dengan merek yang dipilih. Seprei Bonita adalah produk dengan mutu yang tinggi.Hal ini sudah diakui oleh masyarakat Indonesia yang selalu menempati posisi teratas di Top Brand Award Seprei pada tahun 2019, hal ini mengartikan bahwa merek Seprei Bonita mempunyai citra yang baik di mata konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas,maka penulis tertarik untuk menulis penelitian dengan judul " **Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bonita** "

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan di atas maka rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bonita?
2. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Bonita?

1.3 Batasan Masalah

1. Batasan masalah penelitian ini hanya meneliti mengenai kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian pada konsumen Sprei Merek Bonita
2. Penelitian ini dilakukan di Jombang kota
3. Penelitian ini dilakukan dari Bulan Maret sampai dengan bulan September 2019

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Bonita
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk Bonita

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat yaitu :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi media untuk menerapkan konsep - konsep teori yang selama ini diperoleh dalam perkuliahan serta meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan melalui berbagai temuan di lapangan yang sebelumnya belum terungkap khususnya tentang citra merek dan kualitas produk untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi langsung kepada Produsen Sprei Bonita khususnya dalam upaya peningkatan citra merek dan kualitas produk