

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha saat ini telah berkembang begitu pesat seiring perkembangan zaman dan teknologi. Semakin banyak para pelaku usaha melakukan berbagai strategi guna menjalankan bisnisnya dan bersaing dengan pelaku usaha lainnya untuk menarik perhatian pasar. Oleh karena itu, dengan semakin ketatnya persaingan maka pelaku usaha harus teliti dalam memilih strategi dalam mencari konsumen dan apa yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian menurut Schiffman dan Kanuk (2008:485) merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian. Atau secara konseptual keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Setiap konsumen pasti mempertimbangkan sesuatu sebelum melakukan keputusan pembelian. Apakah produk yang akan dibeli sudah sesuai dengan kebutuhannya atau keinginannya. Apakah produk yang akan dibeli sesuai dengan biaya yang dibutuhkan untuk mendapatkan suatu produk yang diinginkan.

Kaos Molotov mampu bersaing dengan produk kaos lain, dari segi harga pun Kaos Molotov bisa dikatakan relatif lebih murah dibanding kaos dengan produk kaos lain.

Tabel 1.1
Daftar harga dan Penjualan Bulan Januari sampai April 2017

Produk	Harga	Penjualan
Kaos Molotov	75.000	613
Kaos Muv Muv	110.000	584
Kaos Corel Baw	85.000	608
Kaos Costa Curta	75.000	467

Sumber : Distro Rezim Mojokerto, 2017

Berdasarkan tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa selama Januari sampai April 2017 Kaos Molotov menjadi produk yang paling banyak terjual, Begitu juga dari segi harga Kaos Molotov pun relatif lebih murah dibanding produk kaos lain.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Ghanimata dan Kamal (2012:2), kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian.

Persaingan yang semakin ketat sekarang ini, perusahaan harus mampu menawarkan produk yang berkualitas. Kualitas produk menurut Kotler dan Armstrong (2009) adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu ,kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Produk yang berkualitas harus mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk persaingan, kualitas produk menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk atau jasa. Kualitas produk ditentukan oleh daya tahan, fungsinya dan kegunaannya, dengan adanya kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut. Jika konsumen memiliki persepsi yang baik terhadap keunggulan produk, maka akan mempengaruhi terbentuknya pilihan produk yang akan dibeli, selanjutnya akan membentuk sikap positif yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan pembelian (Kotler, 2014).

Selain dituntut menawarkan produk yang berkualitas, perusahaan juga harus mampu menawarkan harga sesuai dengan biaya yang dibutuhkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penetapan harga merupakan tugas kritis yang menunjang keberhasilan operasi organisasi profit. Menurut Kottler dan Armstrong, (2013) menyatakan bahwa harga merupakan salah satu elemen yang penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan suatu perusahaan. Perusahaan didalam menetapkan harga tidaklah mudah, dengan harga yang mahal hanya dapat meningkatkan pendapatan jangka pendek, namun di sisi lain harga tidak bisa terjangkau oleh konsumen. Jika harga rendah maka permintaan produk akan semakin meningkat, jika harga yang ditetapkan perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan di jatuhkan pada produk tersebut.

Kaos Molotov adalah salah satu produk istro Rezim Mojokerto. Kaos Molotov dulunya di sablon secara tradisonal, seiring dengan perkembangan

jaman dan teknologi pemilik menggunakan mesin *digital printing* untuk mempercepat keinginan konsumen dengan kualitas yang baik.

Perusahaan kaos Molotov berusaha untuk membuat produk yang berkualitas dan mempunyai harga yang mampu bersaing dengan produk jasa sablon lain. Dengan produk yang berkualitas maka perusahaan dapat memasarkan produk tersebut dengan baik dan mampu bersaing di pasaran produk jasa sablon saat ini. Kaos Molotov menggunakan sablon *plastisol* yaitu sablon yang sangat awet dan mempunyai detail yang bagus, meskipun dicuci berkali-kali tetap bagus tanpa retak. Hal ini yang membuat kaos Molotov diminati konsumen karena memiliki kualitas yang bagus.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti menjadikan hal tersebut sebagai dasar untuk melaksanakan penelitian tentang keputusan pembelian konsumen yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAOS MOLOTOV MOJOKERTO (Studi pada komunitas Musik Rock di Mojokerto)”.

1.2 Rumusan Masalah

- a) Apakah terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian kaos Molotov Mojokerto?
- b) Apakah terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian kaos Molotov Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kaos Molotov Mojokerto.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kaos Molotov Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu:

- a. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen.

- b. Manfaat Bagi Perusahaan

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk inovasi produk dan meningkatkan daya beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.