

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan perusahaan –perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan (Purwati, 2012). Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian yang berdampak pada kepuasan pelanggan.

Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industry salah satunya yaitu industry olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat – pusat olahraga seperti gimnastik, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan - perumahan, dan masih banyak lainnya.

Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu - individu modern saat ini karena berolahraga selain membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam

penyakit, berolahraga juga menjadi alasan masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolahraga.

Seseorang dalam berolahraga terkadang lebih memilih menggunakan alat-alat olahraga dirumah misalnya dengan jogging menggunakan Treadmill karena tidak perlu keluar ruangan dan berpanas-panasan. Pentingnya produk menjadi salah satu prioritas Toko MG Sport & Music di Surabaya. Menurut Kotler dan Keller (2012:25), produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen. Teori tersebut didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwati (2012), menyatakan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian sepeda motor matic honda Beat adalah variabel kualitas produk.

Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian yang akan berdampak terhadap kepuasan konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Definisi dari kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Hal ini termasuk dalam keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi

produk, Dan atribut produk lainnya (Kotler & Amstrong 2012 : 283). Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas produk ditentukan oleh tingkat kepuasan pelanggan, dan pengalaman pelanggan terhadap produk atau jasa yang sering mereka gunakan. MG Sport & Music merupakan salah satu perusahaan distributor alat-alat olahraga terbesar di Indonesia khususnya di Kota Surabaya, dikarenakan MG Sport & Music sangat memahami pentingnya kegunaan alat – alat olahraga dalam aktivitas olahraga. MG Sport & Music telah menjadi salah satu toko olahraga paling lengkap dan rantai toko musik ritel di Indonesia, pembukaan toko pertamanya di Jl. Mangga Besar Raya, Jakarta 30 tahun yang lalu. Saat ini MG Sport & Music beroperasi hampir 180 toko yang berada pada kota – kota besar di Indonesia. Salah satu kunci kekuatan MG Sport & Music adalah merek – merek terkenal di dunia seperti Kettler, Arena, Gibson, dan Sonar .Selain kualitas produk yang baik, kenyamanan dan keamanan sangat diperlukan dalam berolahraga dan bermusic. MG Sport & Music menawarkan berbagai macam alat olahraga dan alat musik yang berkualitas, kokoh, dan memiliki desain elegan.

MG Sport & Music selain memiliki kualitas produk yang baik, harga pun dipertimbangkan dalam keputusan pembelian para konsumen. Harga menimbulkan berbagai interpretasi di mata konsumen. Konsumen akan memiliki interpretasi dan persepsi yang berbeda – beda tergantung dari karakteristik pribadi (motivasi, sikap, konsep diri), latar belakang (sosial, ekonomi, demografi), pengalaman (belajar), serta pengaruh lingkungannya. Berbagai interpretasi dan persepsi tentang harga tersebut menimbulkan pengaruh yang berbeda – beda pada perilaku konsumen. Harga merupakan salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses

persepsi, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.

Konsumen mempunyai beberapa penilaian yang berbeda tentang harga suatu produk. Harga yang ditetapkan di atas harga pesaing akan dipandang sebagai harga yang terlalu mahal, sementara harga yang ditetapkan dibawah harga produk pesaing akan dipandang sebagai produk yang murah atau dipandang sebagai produk yang berkualitas rendah. Variasi harga yang ditawarkan oleh MG Sport & Music dapat dikatakan seimbang dengan produk yang di dapatkan konsumen. Harga produk MG Sport & Music *relative* mahal, disebabkan alat olahraga pada MG Sport & Music memiliki fungsi yang sangat berkualitas dan kokoh. Selain itu desain yang begitu elegan membuat produk alat – alat olahraga pada MG Sport & Music terlihat mewah sehingga dapat dikatakan bahwa harga yang relatif mahal dari produk alat olahraga ini berbanding lurus dengan apa yang didapatkan oleh konsumen yang membeli. penelitian ini ditetapkan hanya kepada pelanggan Toko MG Sport & Music di Surabaya yang telah melakukan pembelian alat-alat fitness

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, penelitian ini mengambil judul : **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ALAT-ALAT OLAHRAGA DENGAN MEDIASI KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO MG SPORT & MUSIC SURABAYA”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan keseluruhan uraian pada latar belakang diatas dapat dirumusan permasalahan yaitu :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat – alat olahraga pada Toko MG Sport & Music di Surabaya ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat – alat olahraga pada Toko MG Sport & Music di Surabaya ?
3. Apakah harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan alat – alat olahraga dan music Toko MG Sport & Music di Surabaya ?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan alat – alat olahraga dan music Toko MG Sport & Music di Surabaya ?
5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat – alat olahraga dan music Toko MG Sport & Music di Surabaya ?
6. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan ?
7. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan ?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat-alat olahraga dan music Toko MG Sport & Music di Surabaya.
2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat – alat olahraga dan musik Toko MG Sport & Music di Surabaya.

3. Untuk mengetahui harga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan alat- alat olahraga dan music Toko MG Sport & Music di Surabaya.
4. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan alat – alat olahraga dan musicToko MG Sport & Music di Surabaya.
5. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat – alat olahraga dan musicToko MG Sport & Music di Surabaya.
6. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui kepuasan pelanggan.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi akademisi

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan dan menambah wawasan serta dapat menerapkan teori-teori ataupun konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai kualitas produk, harga dan keputusan dalam pembelian suatu produk.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama dalam masa perkuliahan khususnya dalam mata perkuliahan pemasarn.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk pembelian sebuah produk.