

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Prospek bisnis industri perhiasan di Indonesia masih cukup menjanjikan. Selain mulai membaiknya kondisi perekonomian nasional tahun ini, potensi pengembangan sektor ini juga didukung dengan populasi penduduk yang besar, pertumbuhan kelas menengah, dan faktor kultur masyarakat Tanah Air.

Selain omsetnya yang relatif stabil, jumlah pelaku bisnis di bidang perhiasan juga mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Saat ini berbagai macam produk perhiasan mulai diinovasikan menjadi aneka model dan desain yang ditawarkan pelaku usaha untuk memanjakan para konsumennya. Bahkan sekarang banyak pengusaha yang berhasil mengembangkan usahanya menjadi industri perhiasan berdasarkan pesanan *customer* secara langsung. Konsumen mendesain sendiri dan produsen membuat sesuai keinginan konsumen.

Kompetisi industri perhiasan di Indonesia sangat ketat karena setiap produsen senantiasa berupaya untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang ditawarkan oleh produsen.

Oleh karena itu, setiap usaha perhiasan harus dapat memahami keinginan dari para pelanggan dalam proses pengambilan keputusan. Elemen-elemen penting yang terkandung dalam perilaku konsumen harus dipahami dengan baik.

Elemen tersebut antara lain minat beli dan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Pengambilan keputusan berkaitan dengan apa saja yang menjadi bahan pertimbangan orang dalam keputusan pembelian produk dan siapa yang memegang peranan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk.

Setiap produsen perhiasan dituntut untuk memahami perilaku konsumen dan mencermati perubahannya, terutama perilaku konsumen dalam minat beli dan keputusan pembelian suatu produk. Produsen tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari konsumen mengenai bauran pemasaran. Keberadaan konsumen mempunyai pengaruh pada pencapaian tujuan akhir perusahaan, yaitu perolehan laba melalui pembelian produk-produk.

Manajemen produsen perhiasan harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk. Sebagaimana yang dijelaskan Cahyono (2013) komponen dasar atau unsur-unsur dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi dan distribusi atau yang biasa disebut dengan 4p (*product, price, promotion* dan *place*) harus dipahami oleh manajemen produsen perhiasan.

Usaha tersebut sangat menarik untuk dikaji karena produsen perhiasan yang menawarkan perhiasan dan segala variannya juga mengalami fluktuasi pangsa pasarnya. Hal itu juga terjadi pada produsen perhiasan PT. Eka Silver & Gold Jewelry atau dikenal dengan Eka Swasa. Berdasarkan data ada beberapa item produk aksesoris yang penjualannya mengalami fluktuasi selama tahun 2017. Berikut ini data penjualan aksesoris PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya selama 201.

Tabel 1.1 Penjualan Aksesoris
PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction

Bulan	Omset Penjualan
Januari 2017	216.850.000
Februari 2017	196.740.000
Maret 2017	135.610.000
April 2017	211.920.000
Mei 2017	182.380.000
Juni 2017	155.130.000
Juli 2017	199.660.000
Agustus 2017	173.730.000
Sepetember 2017	201.210.000
Oktober 2017	232.830.000
November 2017	187.790.000
Desember 2017	219.420.000

Sumber : PT Eka Silver & Gold Jewelry

Fluktuasi pangsa pasar PT Eka Silver & Gold Jewelry menunjukkan adanya persaingan yang ketat diantara produsen perhiasan yang ada di Indonesia. Persaingan ini akan semakin ketat karena ke depan akan banyak produsen produsen perhiasan yang bermunculan.

Dengan demikian PT. Eka Silver & Gold Jewelry perlu untuk mengetahui dan memahami secara jelas faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen. Harapannya manajemen PT. Eka Silver & Gold Jewelry mampu memperbaiki strategi pemasarannya untuk meningkatkan omset penjualan dan kuantitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji produk perhiasan PT. Eka Silver & Gold Jewelry yang berlokasi di Surabaya, mulai dari kualitas produk, dan lokasinya.

PT. Eka Silver & Gold Jewelry atau dikenal dengan Eka Swasa merupakan produsen perhiasan pengganti emas. Produksi menggunakan teknologi Italy dan logam dari Jerman yang berkualitas luar dan dalam tidak berubah warna (hitam/putih). Eka Swasa sama sekali tidak mengandung unsur emas dan memiliki kilauan warna emas Italy. Kualitas produk sendiri tidak diragukan lagi karena

aksesoris pengganti emas ini mengandung warna yang sangat menyerupai emas asli. Untuk meyakinkan konsumen pada produk tercantum label harga yang memberikan informasi seputar produk. Melalui bermacam model dan berbagai ukuran aksesoris ini terasa berbeda dengan aksesoris jenis lain.

Letak lokasi outlet ini juga strategis berada di dalam mall yang ramai dengan pengunjung. Lokasi yang strategis berada dipusat kegiatan masyarakat dan lokasi yang dinilai mampu mengalami pertumbuhan ekonomi. Persoalan penting seperti kemungkinan terlihat, lahan parkir, kemudahan akses dan keselamatan dan keamanan lokasi merupakan faktor-faktor yang memberi kontribusi pada kesuksesan pemilihan lokasi.

Berdasarkan informasi awal dari pengelola perhiasan PT. Eka Silver & Gold Jewelry yang ada di Mall Surabaya, omset penjualannya juga mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir ini. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas berikut ini rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap minat beli aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara langsung terhadap minat beli aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya?

3. Apakah minat beli berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya?
5. Apakah lokasi berpengaruh secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya melalui minat beli?
7. Apakah lokasi berpengaruh tidak langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya melalui minat beli?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap minat beli aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh lokasi secara langsung terhadap minat beli aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya.

3. Mengetahui pengaruh minat beli secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya.
5. Mengetahui pengaruh lokasi secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya.
6. Mengetahui pengaruh kualitas produk secara tidak langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya melalui minat beli.
7. Mengetahui pengaruh lokasi secara langsung terhadap keputusan pembelian aksesoris di PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya melalui minat beli.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk :

1. Untuk Perusahaan

Bagi manajemen PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya, penelitian ini sebagai masukan dalam upaya pengelolaan usaha.

2. Untuk Jurusan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sebagai pembanding untuk penelitian sejenis lainnya.

3. Untuk Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya pada produk PT. Eka Silver & Gold Jewelry Bg Junction Surabaya