

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingkat persaingan dunia usaha pada era globalisasi industri *Fashion* di Indonesia pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan *Fashion* yang sudah mengarah pada perkembangan *Life style* dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi yang dapat memperlihatkan gaya hidup dan identitas pada pemakainya.

Berkembangnya dunia fashion dikalangan anak-anak, remaja, bahkan dewasa saat ini mengalami perubahan, dari segi model dan bentuk. Dari waktu ke waktu, dunia fashion terus mengalami perubahan seiring dengan gaya hidup masyarakat. Salah satu pengaruhnya adalah perkembangan teknologi yaitu media masa yang selalu memberikan informasi mengenai fashion, trend fashion dan dunia entertainment yang mudah diikuti. Seorang konsumen dalam membeli sebuah produk pasti telah melewati beberapa proses, seperti mendapatkan informasi dari berbagai media ataupun referensi dari orang-orang dan membandingkan produk satu dengan produk lainnya sampai akhirnya memutuskan untuk membeli produk tersebut. Hal ini mengakibatkan perusahaan harus menyediakan berbagai jenis produk fashion. Butik Nara Galery merupakan salah satu toko fashion yang menyediakan berbagai model pakaian wanita yang terletak di jalan anggrek no. 16 Kureksari Waru-Sidoarjo.

Seiring dengan kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka permintaan masyarakat terhadap barang juga semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan

mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya.

Semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus teliti dalam menetapkan harga. Dalam upaya meningkatkan minat beli, harga juga berperan dalam mempengaruhi minat konsumen akan suatu produk. Pada penelitian Sundalangi, Mandey dan Jorie (2014), Kualitas produk, daya tarik iklan dan potongan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap Minat beli konsumen. Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan. Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk.

Berbagai usaha selalu memberikan kenyamanan serta memberikan barang dan produk yang bermutu dan berkualitas tinggi dalam proses pemasarannya,

disamping itu perusahaan dan usaha dagang memerlukan strategi untuk dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam proses pembelian. Kualitas layanan berperan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan kualitas layanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Pada penelitian Saidani dan Arifin (2012), kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen mempengaruhi minat beli. Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan, karena memiliki pengaruh untuk mendatangkan konsumen baru. Kualitas layanan merupakan sebuah tingkatan kemampuan dari penjual dan memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan. Upaya peningkatan mutu pelayanan akan sangat efektif yang apabila peningkatan mutu pelayanan merupakan tujuan sehari-hari, mulia dari pimpinan sampai karyawan.

Proses keputusan pembelian selalu terjadi pada konsumen saat akan membeli suatu produk. Salah satu produk yang banyak diminati oleh konsumen terutama pada kalangan remaja adalah produk busana atau fashion.

Butik Nara Galery adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan pakaian yang ditunjukkan kepada para kaum wanita. Sejauh ini kegiatan di butik ini dinilai belum maksimal, karena dalam kegiatan pelayanan atau karyawan yang bekerja kurang maksimal dalam tugasnya di bidangnya masing-masing.

Kendala yang dihadapi yaitu permintaan konsumen dalam model atau desain baju. Persaingan dalam industri ini semakin pesat sehingga banyak brand fashion yang meningkatkan desain, pola dan bahan yang berkualitas dalam melakukan promosinya. Hal ini di tunjukan untuk menarik pengunjung dan dapat meningkatkan penjualan.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka perlu diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi Minat beli konsumen. Sehubungan dengan adanya faktor-faktor tersebut yakni: pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Butik Nara Galery di Kureksari”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari?
2. Apakah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari?
3. Manakah diantara variabel pada kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh dominan terhadap minat beli konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari?

1.3 Tujuan penelitian

1. Untuk menguji Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap minat konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari.
2. Untuk menguji apakah ada pengaruh secara simultan pada kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari.

3. Untuk mengetahui diantara variabel pada kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan manakah yang memberikan pengaruh dominan terhadap minat konsumen pada Butik Nara Galery, Kureksari.

1.4 Manfaat penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk objek-objek yang terdapat di dalam penelitian ini, antara lain :

1. Secara akademis
 - 1) Untuk memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan tentang pemasaran yang sesuai dengan judul tentang pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di Butik Nara Galery Kureksari.
 - 2) Untuk memberikan kontribusi terhadap peneliti selanjutnya mengenai minat beli pada Butik Nara Galery Kureksai.
2. Secara empiris
 - 1) Untuk memberikan kontribusi pada Butik Nara Galery dalam perbaikan di bidang pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen.
 - 2) Memberikan kontribusi terhadap perusahaan lain tentang pengembangan pemasaran.