

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang ini kita menemukan berbagai macam produk yang sejenis dengan harga dan kualitas serupa. Pelanggan saat ini dihadapkan dengan berbagai alternatif dalam memilih produk-produk pakaian yang sesuai dengan minat dan kebutuhannya. Adanya tingkat persaingan yang tinggi, mengharuskan suatu perusahaan untuk tetap menjaga serta meningkatkan kualitas produk dan harga, dengan demikian diharapkan kepuasan pelanggan akan tercipta dan selanjutnya pelanggan akan menjadi loyal. Banyak perusahaan yang berusaha memenangkan persaingan dengan cara memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Karena semakin banyak perusahaan yang bersaing untuk merebutkan konsumen, maka perusahaan harus peka terhadap sikap konsumen terhadap produk yang mereka tawarkan. Untuk itu, konsumen memiliki peluang yang lebih besar untuk memilih produk mana yang mereka anggap paling baik dan sesuai dengan yang diinginkannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang produk dengan kepuasan pelanggan.

Di era globalisasi ini persaingan bisnis tidak dapat dihindari. Dengan berkembangnya perekonomian yang pesat dan persaingan yang ketat dalam berbisnis, sektor perekonomian sangatlah memegang penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dimana sektor ekonomi menjadi salah satu tolak ukur

dalam kemakmuran suatu negara tersebut. Di Indonesia sendiri perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan pada perusahaan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian sebagian besar masyarakat baik dalam kualitas produk, harga, ataupun pelayanan yang diberikan untuk pelanggan agar mereka merasa puas.

Salah satu jenis wirausaha yang bisa dijalankan dengan mudah saat ini adalah usaha yang bergerak di bidang perdagangan. Perusahaan yang menjual segala produk dan menggunakan strategi usaha yang bagus, bisa mendapatkan penghasilan yang lebih besar dari yang sebelumnya. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang atau jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para pelanggannya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi pelanggan dengan segala macam cara agar pelanggan bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli.

Sementara itu, pelanggan yang memiliki kriteria-kriteria tertentu dalam memilih sebuah produk akan semakin jeli dan berhati-hati dalam membeli produk yang ditawarkan. Ketika seseorang berbelanja, hal awal yang sering diperhatikan calon pelanggan adalah harga, kemudian produk yang akan dibeli, baik tampilan maupun kualitasnya. Selain kualitas produk yang diutamakan dalam sebuah perusahaan, harga dari produk juga tidak boleh dikesampingkan. Karena jika penetapan harga dalam sebuah produk tidak sesuai dengan pasar maka kemungkinannya sangat kecil untuk produk tersebut akan terjual dan laku di pasaran. Penetapan harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar dengan kualitas produk yang ditawarkan. Akibatnya timbul persaingan dalam

menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan 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 bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para pelanggan dalam memilih suatu produk yang diinginkan. Sehingga harga dan kualitas produk menjadi suatu pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa. Agar pelanggan tertarik untuk membeli, perusahaan harus menetapkan harga yang mampu dijangkau oleh pelanggan, namun juga harus memiliki kualitas produk yang baik dan unggul. Perusahaan harus mempertimbangkan antara harga dengan kualitas produk. Dengan adanya harga dan kualitas produk yang tepat dan sesuai dengan apa yang diinginkan pelanggan, maka perusahaan tentunya berharap para pelanggan akan loyal terhadap produk yang dihasilkannya.

Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini Perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan pelanggan, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang pelanggan terhadap

kualitas produk itu sendiri, sehingga selera pelanggan disini sangat berpengaruh penting. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan pelanggan. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Kemampuan itu meliputi : daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan. Dengan semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus dapat teliti dalam menetapkan harga. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan (Fandy Tjiptono, 2016: 218).

Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga merupakan pondasi laku atau tidaknya produk atau barang tersebut ketika dijual. Sehingga, harga hanya dipatok dengan cara yang kompetitif, antara pebisnis atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas dan harga adalah variabel pilihan penting bagi pelanggan, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya. Kualitas bukan hanya bermakna kesesuaian dengan spesifikasi tertentu, akan tetapi kualitas juga dapat ditentukan oleh para pelanggan itu sendiri. Dengan harga yang mahal, biasanya pelanggan akan berfikir bahwa kualitas produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, sebaliknya jika harga yang ditawarkan murah maka pelanggan akan meragukan kualitas produk tersebut. Oleh karena itu, sebagai pemasar harus berfikir kreatif bagaimana memberikan harga yang

terjangkau dengan kualitas yang baik juga dan segala bentuk aktivitas perusahaan harus dikoordinasikan guna dapat memuaskan pelanggan dan hasil yang maksimal.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat diketahui bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan pelanggan (Kotler dan Armstrong, 2015:253). Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka pelanggan cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan 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 pelanggan tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Dari pendapat di atas dapat dikatakan bahwa minat beli tersebut timbul dari dalam diri seorang pelanggan setelah pelanggan tersebut merasakan sendiri manfaat yang diterima ketika memakai suatu produk tersebut. Selain itu ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat beli seorang pelanggan. Minat beli pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan.

Salah satu kabupaten di Jawa timur yaitu Sidoarjo ini mempunyai hal lain yang membuatnya cukup dikenal, Selain terkenal dengan kerupuk udang dan bandengnya, Kota Sidoarjo juga terkenal dengan kerajinan bordirnya. Ada banyaknya butik di kota ini yang membuat toko-toko serupa berlomba-lomba

memberikan harga dan kualitas produk yang mampu bersaing dipasaran. Salah satu butik pusat oleh-oleh bordir Sidoarjo yaitu Indah Bordir yang berlokasi di Jl. Yos Sudarso No. 07, menyajikan berbagai macam pakaian bordir. Di butik yang cukup luas ini bisa mendapati busana kebaya dan kain dengan hiasan bordir. Mulai dari kebaya modern lengan pendek 3/4 sampai lengan panjang, selain itu ada kain bordir untuk dijadikan kebaya atau blus dengan banyak pilihan warna serta bahan. Bahan blus tersebut yaitu taffeta, sutera dupont, sutera thomson, katun dan pilihan warnanya mulai dari putih, hitam, pastel dan nuansa metalik. Hampir semua produk yang dijual berupa bordiran diproduksi sendiri atau dengan kata lain tidak mengambil dari supplier. Bahan yang sudah disediakan dikirim ke pengrajin bordir untuk dikirimkan kembali dan siap dijual ke pelanggan.

Indah Bordir juga melengkapi butiknya dengan segala macam pernak pernik busana muslim perlengkapan haji, dan berbagai macam olahan makanan dan minuman. Tentunya soal harga di butik Indah Bordir ini akan memberikan harga yang sangat terjangkau atau dengan kata lain harga yang diberikan sepadan dengan kualitas barang yang kita dapat. Jadi tidak heran jika butik ini di banyak gandrungi oleh kaum wanita, dikarenakan ada beberapa hal yang sulit di dapatkan sekaligus di toko lain.

Berdasarkan pemikiran diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kebaya Indah Bordir Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan Butik Indah Bordir Sidoarjo)".

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh secara langsung terhadap minat beli?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap minat beli?
5. Apakah harga berpengaruh secara langsung terhadap minat beli?
6. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan?
7. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan berpengaruh secara langsung terhadap minat beli.
4. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara langsung terhadap minat beli.
5. Untuk mengetahui harga berpengaruh secara langsung terhadap minat beli.
6. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan.

7. Untuk mengetahui harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan.

1.4 Manfaat

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan teori tentang kualitas produk dan harga terhadap minat beli dengan kepuasan pelanggan pada butik Indah Bordir Sidoarjo.

2. Manfaat praktis

1. Bagi pelanggan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi para pelanggan agar dapat memilah mana butik bordir yang dapat memberikan produk sesuai harapan atau tidak.

2. Bagi penulis

Dapat memberi wawasan serta pengetahuan pada peneliti serta memberikan kesempatan baik untuk menerapkan teori – teori yang didapat saat kuliah kemudian membandingkan dengan kondisi nyata atau kenyataan yang ada.