

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, kemajuan teknologi semakin maju dengan pesat, memungkinkan manusia untuk menjalankan interaksi tanpa batas jarak maupun waktu. Teknologi ini memudahkan segala hal mulai dari kewirausahaan sampai pendidikan dan merasuk ke banyak aspek kehidupan. Pada dasarnya teknologi tersebut dikembangkan guna mencukupi keperluan serta kehendak manusia, sehingga mempermudah untuk komunikasi dan menjalankan berbagai hal dalam kehidupan. Akan tetapi di antara semua dampak positif yang dialami manusia, ada juga beragam dampak negatif fisik dan mental.

Persaingan yang semakin ketat serta jumlah kompetitor yang semakin banyak memaksa pelaku usaha untuk menaruh perhatian pada keperluan serta kehendak pelanggan berupaya mencukupi keperluan pelanggan dengan membuat penawaran produk, harga, promosi serta pendistribusian yang lebih baik dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, hanya badan usaha dengan kualitas tinggi yang mampu bersaing maupun menjadi penguasa pasar. Perihal paling penting untuk badan usaha yang sukses di dunia kewirausahaan yang kompetitif adalah menyusun strategi bisnis untuk meraih target menumbuhkan serta mempertahankan pelanggan.

Dewasa ini, perkembangan industri fashion, termasuk sepatu, mengalami kemajuan pesat. Sepatu adalah salah satu kategori barang tahan lama dan menjadi pilihan, tiap-tiap orang mempunyai perbedaan cara untuk mencukupinya. Bahkan dengan bagian bawah saja, sepatu sudah berubah fungsinya sebagai salah satu fashion style yang menjaga penampilan, bukan hanya sekedar pelindung dan alas kaki. Penunjang penampilan, kualitas, harga dan promosi sepatu ini menjadi perhal pertama yang perlu diperhatikan saat menentukan pilihan sepatu. Variasi sepatu yang ada saat ini begitu banyak, mulai dari sepatu kulit hingga futsal dan sneakers.

Pada perihal ini, keterbatasan yang dihadapi badan usaha sepatu kulit tersebut antara lain permasalahan kualitas produk. Kualitas sangat erat kaitannya dengan keputusan pembelian. Dalam hal sepatu, pentingnya kualitas produk merupakan sebagian perhatian utama. Kualitas produk adalah kapasitas suatu produk untuk unggul dalam hal presisi, keandalan, daya tahan dan kenyamanan. Kualitas produk merupakan kualitas yang mencakup upaya untuk mencukupi maupun melampaui harapan pelanggan, termasuk produk, layanan, dan lingkungan. Pada rentang waktu yang panjang, hubungan semacam ini menyebabkan badan usaha lebih mengetahui harapan dan keperluan konsumen mereka. Pada hal tersebut sepatu kulit (emro) tidak dapat mengoptimalkan kualitas produk seperti : Model produk, karena model ini merupakan satu-satunya produk yang dikeluarkan sebelumnya (monotonic).

Harga juga adalah variable pemasaran yang penting menjadi perhatian UD. Putra Mandiri di Mojokerto. Harga merupakan standar pertukaran yang perlu dibayar konsumen untuk mendapatkan produk badan usaha. Penetapan harga di badan usaha tersebut memiliki dua komponen yang memengaruhi secara langsung yakni harga bahan dasar, biaya produksi dan biaya pemasaran. Faktor tidak langsung yang berkaitan erat dengan penetapan

harga yakni harga produk serupa yang ditawarkan oleh pesaing dan pengaruh harga atas hubungan antara produk pengganti serta komplementer. Untuk UD. Putra Mandiri Mojokerto Permintaan dan harga berbanding terbalik. Artinya, makin tinggi harga, makin rendah permintaan akan produk tersebut.

Jenis media promosi dalam pemasaran modern saat ini adalah faktor penentu kesuksesan pemasaran suatu produk. Oleh karena itu, media periklanan bisa memberi bantuan pelanggan pada keputusan pembeliannya sedemikian rupa hingga mereka tertarik dengan produk yang diiklankan serta secara tidak langsung memotivasi pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan berulang kali. Periklanan adalah tentang cara menyampaikan produk, dan diyakini bahwasanya kualitas produk tergantung pada kualitas komunikasinya. Promosi merupakan pendukung untuk peningkatan niat beli. Promosi yang unik, terutama promosi dengan memanfaatkan media kreatif menjadi sebagian faktor yang memengaruhi pembelian produk oleh konsumen. Jika pelanggan senang dengan produk yang mereka beli, mereka cenderung membeli kembali, dan sebagai hasilnya, tetap setia kepada produk badan usaha.

Pelanggan memiliki beragam hal untuk dipertimbangkan ketika memutuskan untuk membeli produk, antara lain jenis, bentuk, merek, penjual, jumlah produk, serta metode pembayaran. Konsumen menganggap suatu produk mempunyai kualitas tinggi jika mencukupi maupun melampaui harapan mereka.

Menurut peneliti, sepatu pantofel kulit belum mengoptimalkan kualitas produk seperti model produk. Hal ini sebab produk yang ditawarkan di masa lalu sangat monoton, tidak menawarkan produk yang sedang tren, harganya sangat mahal, serta promosi kurang membuat tertarik pelanggan. Oleh karena itu, harus mulai melakukan pengembangan variasi produk yang sesuai dengan

berkembangnya zaman, dan pada saat menetapkan harga, alangkah baiknya melakukan promosi untuk mencapai target penjualan serupa dengan yang dijalankan kompetitor. Sebab itu, penting untuk mengetahui beragam unsur yang menjadi dasar keputusan pembelian.

Masalah yang dihadapi pada sepatu pantofel kulit (Emro) UD. Putra Mandiri di Mojokerto yakni Perusahaan menghadapi permasalahan dalam pengambilan keputusan pembelian, antara lain masalah kualitas produk, harga, dan jenis barang periklanan. Kenaikan tajam harga bahan baku dalam beberapa bulan terakhir telah menimbulkan masalah, dan produsen secara otomatis menaikkan harga jual produk mereka, hal tersebut menyebabkan kemampuan pembelian masyarakat turun. Untuk periklanan Badan usaha menjalankan promosinya melewati sosial media.

Strategi bauran pemasaran adalah bagian dari strategi yang diterapkan perusahaan untuk menjual produknya. Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran aktif yang dapat dikontrol (produk, harga, iklan, dan lokasi) yang digabungkan badan usaha guna mendapatkan respons yang diinginkan pada pasar sasarannya (Kotler serta Armstrong, 2018: 80). Sebab itu, marketing mix yang diterapkan badan usaha perlu dijalankan dengan baik dan benar seoptimal mungkin agar dapat membuat konsumen tertarik terhadap produk badan usaha.

Atas dasar permasalahan yang ada pada sepatu pantofel kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto menerangkan bahwasanya kualitas produk, harga, serta promosi merupakan faktor yang sangat penting atas keputusan pembelian, berangkat dari hal tersebut penulis menjalankan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Jenis Media Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) Pada UD. Putra Mandiri Di Mojokerto”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, berikut disusun rumusan masalah:

1. Apakah Kualitas Produk Mempengaruhi Atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri Mojokerto?
2. Apakah Harga Memengaruhi Atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri Mojokerto?
3. Apakah Jenis Media Promosi Mempengaruhi Atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri Mojokerto?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, serta Jenis Media Promosi secara simultan Memengaruhi Atas Keputusan pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan penelitian yang didasarkan pada permasalahan di atas:

1. Guna mendapati pengaruh Kualitas Produk atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) Pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto.
2. Guna mendapati pengaruh Harga atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) Pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto.
3. Guna mendapati pengaruh Jenis Media Promosi atas Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) Pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto.

4. Guna mendapati pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Jenis Media Promosi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Pantofel Kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto.

1.4 Manfaat Penelitian

Atas dasar tujuan penelitian di atas, berikut adalah manfaat penelitian tersebut :

1. Aspek Akademis.

Memberi tambahan pengetahuan maupun teori, dan menyediakan fasilitas bagi peneliti untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam kursus ilmu marketing, marketing strategy, manajemen pemasaran, serta dunia kewirausahaan.

2. Aspek pengembangan ilmu pengetahuan.

- a. Penelitian tersebut dimaksudkan sebagai referensi serta informasi tambahan serta pedoman untuk penelitian selanjutnya yang dapat digunakan sebagai pembanding di wilayah pemasaran yang akan datang.
- b. Peneliti berharap dapat menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa di lingkungan serta kampus STIE Mahardhika Surabaya, serta menjadi sumber penelitian berikutnya dalam bidang yang serupa mengenai ilmu manajemen pemasaran.

3. Aspek Praktis

- a. Perolehan penelitian akan menjadi alat informasi yang bisa menjadi materi refleksi untuk penerapan marketing strategy yang baik dan benar dalam meningkatkan penjualan dan mendatangkan profit bagi badan usaha.

- b. Melihat ekspektasi masa depan badan usaha serta dapat memberi informasi tentang beragam unsur yang bisa memengaruhi keputusan pembelian sepatu Pantofel kulit (Emro) pada UD. Putra Mandiri di Mojokerto