

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin pesat berkembangnya teknologi informasi saat ini kemampuan suatu perusahaan dituntut lebih cermat dalam persaingan bisnis, agar tetap bisa eksis di bidang bisnis tersebut. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat mencapai sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut bisa tercapai, maka suatu perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas. Dengan demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (F. Tjiptono dalam rosvita, 2010)

Konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya price, produk, promotion, place (marketing mix) yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler, 2005: 214). Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi

harga maka pembelian akan semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah maka keputusan pembelian akan semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2005:187).

Produk kain merek Kenari dipersepsikan memiliki kualitas produk yang baik. Anggapan bahwa kain merek kenari merupakan kain yang bagus dan awet selama dipakai dibandingkan kain merek lainnya. Pengembangan yang terus menerus dari Kenari seperti tingkat ketebalan kain yang relatif tetap semakin memperkuat persepsi kualitas kain merek Kenari. Hal ini tentu saja sebagai bagian dari upaya membendung pesaing-pesaing yang kini semakin banyak bermunculan dan terus menerus berusaha mengikis pangsa pasar Kenari.

Berdasarkan kenyataan yang ada di masyarakat, ternyata produk merek Kenari sangat diminati oleh konsumen, tetapi ada saja hambatan konsumen dalam hal keputusan pembelian. Seperti konsumen setelah melihat produk Kenari ada yang tidak langsung membeli, tetapi ada beberapa hal yang dipertimbangkan. Faktor yang menjadi penyebabnya antara lain adalah harga yang ditawarkan perusahaan lebih tinggi dari produk pesaing lain, kualitas produk yang belum sesuai dengan harga produk tersebut.

Untuk mengetahui permasalahan yang ada maka penulis mengadakan penelitian yang didasarkan pada asumsi bahwa adanya keterkaitan yang erat antara promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kain merek kenari. Hal ini terbukti dengan adanya promosi, harga dan kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian kain merek kenari di jepara dan semakin meningkat.

Dari permasalahan di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Merek Kenari di Jepara (studi pada toko kain bapak Faidhi).

1.2. Rumusan Masalah

Dalam upaya meningkatkan Produktifitas penjualan produk kenari, perusahaan perlu mencanangkan program-program dalam upaya untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Program-program peningkatan produktivitas penjualan pada kain merek Kenari, diantaranya melalui Program yang berkaitan dengan Promosi, Harga dan Kualitas Produk.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh promosi yang telah ditetapkan perusahaan terhadap keputusan pembelian kain merek kenari?
2. Bagaimana pengaruh harga yang telah dilakukan perusahaan terhadap keputusan konsumen untuk membeli kain merek kenari?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk membeli kain merek kenari?
4. Bagaimana pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen untuk membeli kain merek kenari?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui tingkat keputusan pembelian dengan pengaruh Promosi, harga dan Kualitas Produk.

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi, harga dan Kualitas produk terhadap keputusan pembelian

1.4. Manfaat penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

- 1) Bagi Penulis

Menambah wawasan penulis mengenai bagaimana pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian kain merek Kenari di Jepara. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan antara teori dan ilmu yang didapat selama kuliah dengan dunia nyata.

2) Bagi Perusahaan

Secara praktis penelitian ini akan bermanfaat bagi Toko Kain Bapak Faidhi dalam rangka untuk meningkatkan Penjualan Kain merek Kenari dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap kain merek Kenari.

3) Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dalam memahami bagaimana pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

1.5. Sistematika penulisan

Secara garis besar skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Untuk memberikan gambaran dan arah yang jelas mengenai hal yang akan ditulis, berikut sistematika yang lengkap dalam penulisan skripsi ini.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, hipotesa penelitian, studi review terdahulu, dan sistematika penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini di jelaskan tentang hasil – hasil peneliti terdahulu yang berkaitan tentang Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

BAB III METODE PENELITIAN

Menyajikan data penelitian, berupa jenis dan sumber data, populasi, metode pengumpulan data, cara pengolahan data, metode analisis, deskripsi data berkenaan dengan variabel yang diteliti secara objektif dalam arti tidak tercampur dengan opini penulis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, pembahasan data yang di peroleh dalam penelitian sehingga didapat hasilnya, yang kemudian dilakukan pembahasan terhadap hasil yang didapat guna mendapatkan kesimpulan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan berisi saran-saran yang sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.