

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Di Bandar Lampung berkembangnya industri atau bisnis distro mulai berkembang sejak tahun 2003 yang bisa dilihat dengan banyaknya outlet dan distro yang menjual berbagai jenis pakaian. Distro awalnya hanya toko kecil yang menjual barang-barang yang tidak ditemui di kebanyakan toko, *shoppingmall*, dan *factory outlet*.

Berbekal modal secukupnya, ditambah hubungan pertemanan dan sedikit kemampuan membuat dan memasarkan produk sendiri, lalu muncul komunitas-komunitas yang menjadi pelanggan tetap. Kurangnya modal membuat daya kreativitas pemilik distro diasah.

Umumnya distro adalah industri kecil dan menengah (IKM) dengan menonjolkan merek independen yang dikembangkan oleh kaula muda. Produk yang dijual ataupun dihasilkan oleh distro diupayakan tidak diproduksi massal, supaya nilai keistimewaan produk tersebut tetap terjaga. Sebuah distro haruslah memiliki ciri khas yang bisa ditonjolkan, sehingga mempunyai daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

Tingginya tingkat persaingan antar clothing yang ada di daerah kota Bandar Lampung yang menawarkan berbagai macam produk yang inovatif semakin mempertajam persaingan bisnis clothing di Bandar Lampung pada khususnya. 3 Second kini menghadapi tantangan yang serius dari para pesaingnya seperti Oracle, Distro Mix, Madness co., Fever, Lite, Subway project, Racerkids dan lainnya, clothing-clothing tersebut merupakan pesaing langsung yang disebabkan kesamaan produk yang dihasilkan dan kesamaan pasar sasarannya. Walaupun Distro 3 Second sudah lama beroperasi atau berdiri bukan merupakan jaminan mendapatkan market share yang baik, hal ini terjadi karena persaingan yang semakin ketat yang ditunjukkan dengan munculnya clothing-clothing yang sejenis yang memberikan banyak pilihan produk, sehingga laba yang diperoleh oleh

Distro 3 Second mengalami pasang surut tiap bulannya. Dengan munculnya clothing-clothing baru maka akan semakin memperketat persaingan antar Distro/clothing yang ada di Bandar Lampung.

Distro 3 Second awalnya berdiri di Kota Bandung dengan produk andalan yaitu salah satunya adalah pakaian pria merk 3 Second. Label pakaian lokal yang satu ini merupakan label pakaian yang berpusat di Bandung dan produknya sudah tersebar di hampir seluruh Indonesia. Label yang berdiri sejak tahun 1996 ini memang lebih memfokuskan produk pakaian mereka untuk kaum muda modern di tanah air. Dan kini membuka cabang di kota Bandar Lampung yaitu Distro 3 Second sejak tahun 2006.

Keunggulan distro 3 Second adalah keeksklusifan produknya, desain yang banyak menampilkan simbol-simbol kebebasan sehingga benar-benar lebih bisa merebut hati anak muda. Belum lagi warna dan desainnya yang selalu *up to date* dan *fresh*

Menjalankan bisnis distro tidak lepas dari adanya pesaing, saat ini persaingan bisnis semakin kompetitif, setiap pelaku bisnis dituntut lebih kreatif dan inovatif guna memberikan apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen. Konsumen merupakan sasaran dari sebuah aktifitas bisnis, karena pada hakekatnya bisnis tidak akan berjalan tanpa adanya pembeli.

Sebuah strategi yang dibuat oleh pelaku usaha atau perusahaan harus dengan pertimbangan yang matang, dengan melakukan pengamatan terlebih dahulu dan selanjutnya melakukan penilaian terhadap apa saja yang nantinya dapat menjadi keunggulan bersaing. Penerapan strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Dimana keputusan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dipengaruhi oleh akal pemikiran atas informasi pengetahuan yang didapatkan. Salah satunya kualitas produk, kualitas produk merupakan hal yang diperhatikan oleh para konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk berkaitan dengan upaya pengembangan produk yang tepat bagi pasar dan konsumen. Dalam menjalankan bisnis, baik produk maupun jasa yang dijual

harus memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harga yang diberikan. Hal tersebut agar produk dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2011 : 74) keputusan pembelian adalah Proses pengambilan keputusan dalam membeli suatu produk yang dimulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, penilaian alternatif, membuat keputusan pembelian, dan akhirnya diperoleh perilaku pasca pembelian yaitu puas atau tidak puas atas suatu produk yang dibeli. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi keputusan dalam membeli suatu produk Oleh karena itu kualitas produk mendukung pembelian produk oleh konsumen

Selain kualitas produk, persepsi harga merupakan faktor terpenting dalam keputusan pembelian. Penentuan harga yang tepat akan sangat berpengaruh terhadap persepsi konsumen akan produk yang akan dibeli.

Tabel di bawah ini menunjukkan harga produk yang dijual di distro 3 Second Bandar Lampung.

**Tabel 1.1**  
**Produk yang dijual di Distro 3 Second Bandar Lampung.**

No	Nama Produk	Jenis Produk	Harga (Rp)
1	Men Jacket/N	Jaket	349.500
2	Ladies T Shirt/ L	Kaos	169.500
3	Men T-Shirt/ J	Kaos	179.500
4	Men Jacket/ L	Celana	368.500
5	Bag/ Q	Tas	239.500
6	Hat/R	Topi	159.500
7	Ladies Jacket/ M	Jaket	383.500
8	Accessories/S	Aksesoris	718.000
9	Men Shirt/ L	Kaos	349.500
10	Men Knit/P	Aksesoris	339.500
11	Ladies Pants/ G	Pakaian	369.500

Pada tabel 1.1 di atas dapat dijelaskan bahwa produk yang ditawarkan oleh Distro 3 Second bervariasi, mulai dari jaket, kaos, celana, pakaian dan Aksesoris. Sedangkan untuk harga yang ditawarkan yang tertinggi adalah Rp.369.500 dan yang terendah adalah Rp. 179.500.

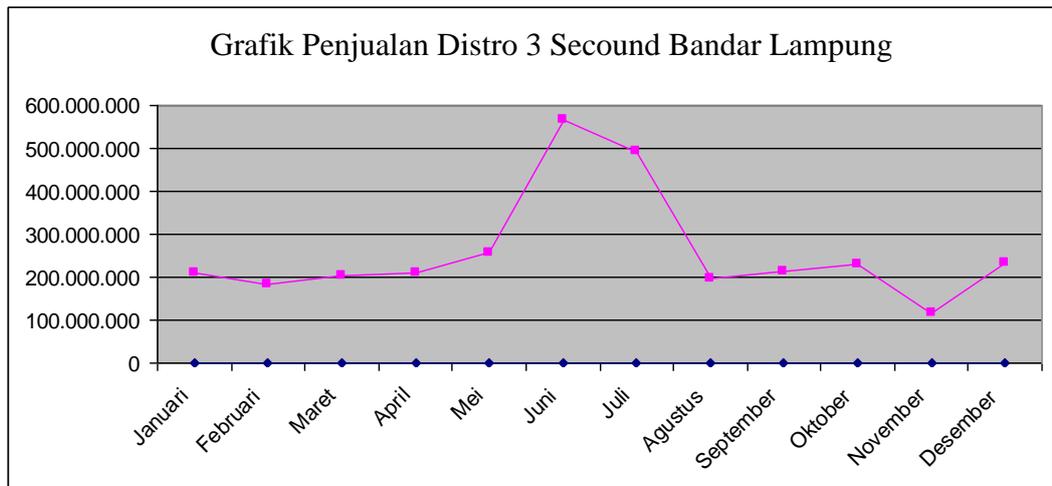
Keunggulan distro 3 Second adalah keeksklusifan produknya, desain yang banyak menampilkan simbol-simbol kebebasan sehingga benar-benar lebih bisa merebut hati anak muda. Belum lagi warna dan desainnya yang selalu *up to date* dan *fresh*. Berikut adalah tabel penjualan selama tahun 2016 di distro 3 Second Bandar Lampung.

Persepsi konsumen terhadap harga dapat mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk. Oleh karena itu, setiap produsen akan berusaha memberikan persepsi yang baik terhadap produk yang mereka jual.

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Barang Keseluruhan Tahun 2016 di Distro 3 Second Bandar Lampung.**

No	Bulan	Penjualan		Target	
		Qty	Jumlah (Rp)	Qty	Jumlah (Rp)
1	Januari	1.234	210.584.600	1.151	210.000.000
2	Februari	1.058	184.273.300	1.041	190.000.000
3	Maret	1.058	201.667.800	1.216	222.000.000
4	April	1.128	210.901.000	1.222	235.000.000
5	Mei	1.393	257.402.150	1.222	235.000.000
6	Juni	3.260	567.603.250	3.479	635.000.000
7	Juli	2.848	494.457.950	2.887	525.000.000
8	Agustus	1.074	195.948.950	1.760	250.000.000
9	September	1.119	213.057.250	1.760	250.000.000
10	Oktober	1.176	230.249.350	1.760	250.000.000
11	November	576	115.683.800	1.760	250.000.000
12	Desember	1.178	232.063.800	1.760	250.000.000
Jumlah		17.102	3.113.893.200	21.018	3.502.000.000

*Sumber: Distro 3 Second Bandar Lampung, Tahun 2016.*



**Gambar 1.1 Grafik Penjualan Distro 3 Second Bandar Lampung**  
**Sumber : Data Diolah**

Berdasarkan tabel 1.2 dan gambar 1.1 di atas dapat diketahui terjadinya penurunan penjualan dan mengindikasikan adanya masalah atau penurunan pada penjualan di Distro 3 Second di Bandar Lampung. Selain itu target penjualan pertahun juga belum memenuhi target yang ditentukan oleh Distro 3 Second di Bandar Lampung. Jika adanya penjualan mengindikasikan bahwa adanya penurunan keputusan pembelian. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor-faktor yang

mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Distro 3 Second di Bandar Lampung. Dengan keadaan seperti ini tentunya membuat pemilik Distro 3 Second harus menyiapkan strategi pemasaran agar para pengunjung tertarik untuk membeli produk-produknya.

Tabel 1.3  
Hasil Pra Survey Konsumen Distro 3 Second

No	Variabel	Tanggapan
<b>a. Kualitas Produk</b>		
1.	Ketidaknyamanan bahan produk Distro 3 Second apabila dipakai ( <i>Performance</i> )	Bahan yang digunakan ada yang tidak nyaman bila digunakan
2.	Kurangnya variasi produk-produk Distro 3 Second yang dijual ( <i>Features</i> )	Produk yang dijual masih kurang ada variasi
<b>b. Persepsi harga</b>		
3.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk.	Harga dianggap tinggi oleh konsumen
4.	Kurangnya promosi dan potongan harga terhadap produk yang ditawarkan	Tidak ada promosi dan potongan harga sehingga konsumen tidak mengetahui perubahan harga
<b>c. Keputusan pembelian</b>		
5.	Pelanggan akan membeli ulang di distro 3 Second	Konsumen akan membeli ulang barang yang ditawarkan jika sesuai dengan kebutuhan

Sumber: Pra survey Konsumen Distro 3 Second, 2016

Dalam observasi pendahuluan dengan mewawancarai para konsumen Distro 3 Second, tentang kualitas produk, persepsi harga dan keputusan pembelian pada Distro 3 Second berada di bawah harapan yang diinginkan, sehingga terdapat rasa ketidakpuasaan. Adanya ketidakpuasaan yang dirasakan oleh konsumen Distro 3 Second telah memunculkan macam-macam keluhan.

Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat dilihat bahwa terdapat keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen Distro 3 Second terhadap kualitas produk dan harga yang kurang memuaskan bagi pelanggan Distro 3 Second. Dengan adanya data tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk yang dikeluarkan pihak Distro 3

Second ada yang kurang sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen yaitu dalam variasi produk yang ditawarkan dan kenyamanan bahan jika digunakan.

Dalam kualitas produk, menurut Kotler dan Amstrong (2016:68) menyatakan bahwa jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk. Membicarakan kualitas produk berdasarkan observasi pendahuluan dari hasil wawancara konsumen dapat diketahui bahwa Kualitas Produk mendukung Pembelian produk oleh konsumen

Selain Kualitas Produk, persepsi harga merupakan sebuah bahan pertimbangan yang penting dalam membeli sebuah produk karena harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Berdasarkan prasurvey dapat diketahui bahwa Persepsi konsumen mengenai harga produk pada distro 3 Second yang masih terbilang mahal untuk masyarakat umum.

Setelah melakukan prasurvey yang dilakukan peneliti ke 20 orang pengunjung di Distro 3 Second, peneliti mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan yang diberikan dan persepsi harga dari konsumen terhadap Distro 3 Second, informasi yang didapat adalah sebagai berikut:

Mengenai kualitas produk terdapat 8 orang pengunjung yang mengatakan bahwa variasi produk yang ditawarkan masih kurang dan 5 orang pengunjung yang menyatakan bahan yang digunakan ada yang tidak nyaman bila digunakan, selain itu penulis juga mendapatkan informasi mengenai persepsi harga dari pengunjung yang membeli pakaian 5 orang mengatakan bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan produk yang dibeli, namun pengunjung yang tidak membeli sebanyak 15 orang mengatakan bawah harga yang ditawarkan terlalu mahal, sehingga pengunjung mempersepsikan harga yang ada di Distro 3 Second tidak sesuai dengan produk yang ada. Dengan kondisi demikian cara yang dapat dilmakukan

untuk tetap bertahan dalam iklim persaingan yang tinggi perlu diperhitungkan adalah dengan memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin, agar menumbuhkan persepsi yang baik dibenak konsumen mengenai produk – produk yang ditawarkan, sehingga nantinya konsumen mau melakukan pembelian ulang di Distro 3 Second.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan pembelian (Pada Distro 3 Second Bandar Lampung)**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut: terjadinya penurunan penjualan setiap bulanya serta persepsi konsumen mengenai harga yang terlalu sehingga menyebabkan konsumen tidak membeli produk di Distro 3 Second.

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung?
2. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung?
3. Apakah ada pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung?

## **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas maka ruang lingkup dalam penelitian ini adalah :

### **1. Ruang Lingkup Subjek**

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah konsumen Distro 3 Second Bandar Lampung.

### **2. Ruang Lingkup Objek**

Ruang lingkup penelitian ini adalah kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung.

3. Ruang lingkup tempat

Penelitian dilakukan pada Distro Three Sccond di Bandar Lampung yang beralamat di Jalan Raden Intan Tanjung Karang, Bandar Lampung.

4. Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu penelitian ini adalah bulan Oktober 2016 s.d. bulan April 2017.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian adalah Ilmu Manajemen Pemasaran yang meliputi kualitas produk, persepsi harga dan Keputusan pembelian.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Distro 3 Second Bandar Lampung.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian dimaksudkan untuk memberikan wawasan ilmu dan pengetahuan yang nyata secara praktis bagi penulis khususnya yang berhubungan dengan analisa kualitas produk dan persepsi harga.

2. Manfaat Bagi Institusi

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan saran, informasi dan bahan kajian bidang pemasaran sebagai referensi tambahan bagi pembaca dan peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama.

### 3. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini memberikan informasi tentang arti penting dalam menyusun strategi pemasaran pada bisnis kurir dalam memberikan kualitas pelayanan dan persepsi harga kepada konsumen dan diharapkan ada penelitian lanjutan di masa yang akan datang dengan temuan fenomena yang baru.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini terdiri atas 5 bab, dengan sistematika sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Dalam bab ini diuraikan landasan teori yang nantinya akan sangat membantu dalam analisis hasil – hasil penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini diuraikan tentang jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data, pengujian hipotesis.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini diuraikan mengenai deskripsi data, hasil uji persyaratan instrumen, hasil uji persyaratan analisis data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta sasaran – sasaran yang mungkin nantinya berguna bagi pemerintah dan peneliti selanjutnya dari hasil penelitian ini