

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan usaha ritel terus meningkat tiap tahunnya dan dipandang sebagai industri yang menguntungkan untuk segala jenis usaha ritel. Meningkatnya usaha ritel disebabkan oleh penduduk usia muda yang akan meningkatkan jumlah tenaga kerja produktif, perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat Indonesia, dan jumlah kelas berpendapatan menengah yang terus bertambah. Usaha Ritel secara umum adalah kegiatan usaha menjual aneka barang atau jasa untuk dikonsumsi langsung atau tidak langsung. Usaha ritel merupakan bagian terakhir dari proses distribusi suatu barang atau jasa dan bersentuhan langsung dengan konsumen. Usaha ritel saat ini terus meningkat, terutama usaha ritel yang menjual produk baju dan sepatu. Kebutuhan masyarakat akan produk baju dan sepatu yang akan digunakan sehari-hari juga terus meningkat. Masyarakat membeli produk baju dan sepatu tidak hanya pada saat butuh tetapi juga berdasarkan pertimbangan lain, seperti kenyamanan saat berbelanja atau faktor lainnya.

Banyak perusahaan atau toko yang memasarkan produk baju dan sepatu di Bandar Lampung untuk kalangan menengah ke atas dan untuk kalangan menengah kebawah. Bila diamati untuk kalangan menengah ke bawah, membeli produk baju dan sepatu tidak selalu di toko-toko yang ada di pasar, contohnya adalah Ramayana yang ada di Kecamatan Rajabasa. Ramayana Rajabasa berada di dekat jalan masuk antara Kabupaten dan Kota. Banyak konsumen dari daerah yang berkunjung ke Ramayana selain Ramayana lebih memberikan kenyamanan untuk para pengunjung atau konsumen yang datang, seperti ruang ber-AC, baju dan sepatu yang tersusun dengan rapih, ruangan yang lebih luas dan besar, harga yang

sudah tercantum sehingga konsumen tidak perlu untuk melakukan tawar menawar lagi, dan Ramayana juga menyediakan produk yang berkualitas.

Kualitas produk adalah upaya dari produsen untuk memenuhi kepuasan pelanggan dengan memberikan apa yang menjadi kebutuhan, ekspektasi, dan bahkan harapan dari pelanggan, di mana upaya tersebut terlihat dan terukur dari hasil akhir produk yang dihasilkan (Hendy Tannady, 2015, p.3).

Citra Merek adalah cara masyarakat menganggap merek secara aktual (Kotler dan Keller, 2012, p.274).

Keputusan pembelian akan dilakukan dengan menggunakan kaidah menyeimbangkan sisi positif dengan sisi negatif suatu merek (compensatory decision rule) ataupun mencari solusi terbaik dari perspektif konsumen (non-compensatory decision rule) yang setelah dikonsumsi akan dievaluasi kembali (Dr. Sudaryono, 2016, p.99)

Adanya beberapa merek terkenal yang dijual di Ramayana, untuk produk baju merek terkenal yang dijual yaitu RAJeans yang merupakan produk milik artis Raffi Ahmad, Jedar yang merupakan produk milik artis Jessica Iskandar, A2t yang merupakan produk milik artis Ayu Ting Ting, Laruso, Britano, Novel Mice yang merupakan produk luar dan dalam negeri, JJ yang merupakan produk milik Ramayana, Triset Ladies, Calosa, Le Rosets, Cardinal Ladies, EMBA Ladies yang merupakan produk baju wanita dewasa, Sharks, Moda Sport, Hasenda Polo, EMBA T-Shirt, Red Clip T-Shirt yang merupakan produk baju pria dewasa, Platini, Bali Lestari, Remus, Benhill yang merupakan produk kemeja dan batik, Cardinal Formal, Cardina Casual, Cardinal Jeans, EMBA Jeans, Gabrielle Jeans, Lois Jeans, Gabrielle Casual yang merupakan produk celana jeans dan formal, Hipo Fant, Ikavou yang merupakan produk baju bayi, Bi One, Pingu Club, Kiko Niki yang merupakan produk baju anak-anak. Untuk produk sepatu merek terkenal yang dijual yaitu Bata Man, Homyped Man, Tomkins & Babyk, Yongki Komaladi Man, Fladeo Man, Carvil Man yang merupakan produk sepatu pria, Ardilas, Sportation yang merupakan produk sepatu pria dan wanita, JJ Shoes yang

merupakan produk sepatu pria dan wanita milik Ramayana, Yongki Komaladi Ladies, Homyped Ladies, Bata Ladies, Fladeo Ladies, Carvil Ladies yang merupakan produk sepatu wanita, Fladeo Kids, Baby Milioner, Yongki Junior, Zandilaks, Bata Kids yang merupakan produk sepatu bayi dan anak-anak, serta JJ Kids yang merupakan produk sepatu bayi dan anak-anak milik Ramayana.

Sekiranya persaingan penjualan produk saat ini semakin ketat, hal ini menjadi tantangan bagi setiap perusahaan atau toko tidak terkecuali Ramayana. Pemasaran harus pandai dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba sehingga Ramayana dapat mengembangkan produk dan akan memungkinkan Ramayana akan bertahan dalam bidang ekonomi. Hal ini dialami setiap toko tidak terkecuali pada toko yang menjual produk baju dan sepatu lainnya, dimana toko ini bertujuan untuk memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen untuk menetapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan Data Penjualan produk baju dan sepatu di Ramayana yang didapat pada tahun 2016 adalah pada tabel (1.1), tabel (1.2), dan tabel (1.3) dibawah ini.

Tabel (1.1)

Data penjualan Produk Baju di Ramayana Tahun 2016

Merek	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Total
RAJeans	134	121	104	157	206	867	984	678	635	620	639	682	5.827
Jedar	30	39	29	55	64	227	244	68	74	79	87	102	1.098
A2t	38	32	44	59	69	211	266	97	91	105	88	126	1.226
Laruso	44	59	79	82	74	188	193	100	93	81	95	97	1.185
Britano	27	44	41	34	49	134	188	99	107	100	106	129	1.058
Novel Mice	55	51	47	77	89	177	208	144	122	117	128	145	1.360
JJ	67	52	58	66	92	295	344	198	190	176	184	199	1.921
Triset Ladies	29	24	26	34	73	204	152	47	20	90	70	79	848
Calosa	96	98	130	106	148	452	435	64	47	68	74	158	1.876
Le Rosets	28	44	77	68	72	203	267	91	87	14	24	37	1.012

Cardinal Ladies	139	143	228	135	137	445	335	85	51	86	105	170	2.059
EMBA Ladies	83	69	58	81	118	357	225	58	13	41	71	97	1.271
Sharks	125	127	83	86	146	429	320	58	58	72	74	139	1.717
Moda Sport	140	113	99	64	210	588	433	56	58	90	89	170	2.110
Hasenda Polo	76	65	60	74	80	224	345	93	34	26	45	117	1.239
EMBA T-Shirt	154	69	124	117	116	700	690	129	90	311	427	155	3.082
Red Clip T-Shirt	115	131	168	224	270	1.263	1.051	160	115	185	249	404	4.335
Platini	194	168	207	188	289	718	673	94	81	161	212	296	3.281
Bali Lestari	103	114	129	148	187	756	510	90	111	148	136	205	2.637
Remus	249	200	246	258	282	393	268	147	169	147	142	187	2.688
Benhill	596	523	471	554	899	4.262	2.745	545	444	1.028	933	999	13.999
Cardinal Formal	135	91	129	121	166	528	554	103	84	140	191	243	2.485
Cardinal Casual	184	91	138	125	184	545	456	60	48	108	169	244	2.352
Cardinal Jeans	124	103	259	245	284	819	599	87	72	100	131	188	3.011
EMBA Jeans	135	97	135	134	260	1.166	768	144	130	485	801	241	4.496
Gabrielle Jeans	200	166	138	175	248	855	988	126	71	60	137	200	3.364
Lois Jeans	202	179	181	202	261	1.153	792	122	125	272	207	304	4.000
Gabrielle Casual	178	225	147	177	195	540	783	234	83	112	127	225	3.026
Hipo Fant	182	185	255	291	294	551	499	176	161	191	278	442	3.505
Ikavou	57	30	51	76	112	557	403	141	117	84	73	122	1.823
Bi One	97	75	97	131	294	704	442	32	33	51	108	197	2.261
Pingu Club	231	224	216	207	534	1.381	651	185	166	208	242	507	4.752
Kiko Niki	36	70	66	90	94	541	286	95	48	91	97	130	1.644
Total	4.283	3.822	4.320	4.641	6.596	22.433	18.097	4.606	3.828	5.647	6.539	7.736	92.548

Sumber : Data penjualan produk Baju di Ramayana tahun 2016

Tabel (1.2)

Data penjualan Produk Sepatu di Ramayana Tahun 2016

Merek	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Total
BATA Man	1.024	839	897	1.033	1.277	2.764	3.625	848	502	878	976	1.533	16.196
Homyped Man	136	92	104	131	204	620	740	73	24	91	95	189	2.499
Tomkins & Babyk	259	135	148	152	143	318	1.022	163	84	183	130	209	2.946
Yongki Komaladi Man	230	133	167	249	264	422	412	157	81	188	189	291	2.783
Fladeo Man	369	306	370	236	400	1.079	913	303	173	388	630	753	5.920

Carvil Man	189	155	122	114	97	224	445	221	197	102	96	201	2.163
Ardilas	275	145	134	126	115	332	981	154	121	131	106	114	2.734
Sportation	478	397	376	333	221	403	653	201	103	114	132	139	3.550
JJ Shoes	127	94	101	99	102	269	447	95	106	100	128	147	1.815
Yongki Komaladi Ladies	183	108	136	176	316	575	451	165	78	187	155	224	2.754
Homyped Ladies	240	289	185	340	287	731	693	140	84	269	369	821	4.448
BATA Ladies	219	338	352	334	321	668	778	221	111	97	84	140	3.663
Fladeo Ladies	500	431	704	550	768	1.736	1.300	454	262	588	1.094	1.379	9.766
Carvil Ladies	193	92	102	113	95	267	556	149	125	137	201	278	2.308
Fladeo Kids	144	146	198	167	313	1.128	739	118	85	149	146	249	3.582
Baby Milioner	111	96	93	98	82	229	397	177	75	89	97	167	1.711
JJ Kids	105	115	118	113	103	295	403	199	101	96	123	184	1.955
Yongki Junior	96	99	59	62	41	245	332	103	92	108	148	208	1.593
Zandilaks	85	88	73	78	83	222	304	96	76	125	118	246	1.594
Bata Kids	65	71	77	81	95	279	389	108	94	101	113	227	1.700
Total	5.028	4.169	4.516	4.585	5.327	12.806	15.580	4.145	2.574	4.121	5.130	7.699	75.680

Sumber : Data penjualan produk Sepatu di Ramayana tahun 2016

Tabel (1.3)

Data penjualan Produk Baju dan Sepatu di Ramayana

Bulan (tahun 2016)	Baju	%	Sepatu	%
Januari	4.283 buah	0	5.028 buah	0
Februari	3.822 buah	(11)	4.169 buah	(17)
Maret	4.320 buah	13	4.516 buah	8
April	4.641 buah	7	4.585 buah	1,5
Mei	6.596 buah	42	5.327 buah	16
Juni	22.433 buah	240	12.806 buah	140
Juli	18.097 buah	(19)	15.580 buah	22
Agustus	4.606 buah	(75)	4.145 buah	(73)
September	3.828 buah	(17)	2.574 buah	(38)
Oktober	5.647 buah	47	4.121 buah	60

November	6.539 buah	16	5.130 buah	24
Desember	7.736 buah	18	7.699 buah	50
Total	92.548 buah		75.680 buah	

Sumber : Data penjualan di Ramayana, di olah tahun 2017.

Konsumen membeli produk baju di Ramayana karena memilih kualitas yaitu pada merek baju Laruso, Gabrielle Jeans, Lois Jeans, dan Gabrielle Casual. Sedangkan konsumen membeli produk baju di Ramayana karena memilih merek yaitu pada merek baju RAJeans, EMBA Ladies, EMBA T-Shirt, Red Clip T-Shirt, dan Benhill. Untuk merek produk baju lainnya, alasan konsumen membeli produk baju dikarenakan sering diadakan diskon pada produk baju lainnya.

Konsumen membeli produk sepatu di Ramayana karena memilih kualitas yaitu pada merek sepatu BATA Man, Ardilas, Sportation, BATA Ladies, dan BATA Kids. Sedangkan konsumen membeli produk sepatu di Ramayana karena memilih merek yaitu pada merek sepatu Yongki Komaladi Man, Fladeo Man, Yongki Komaladi Ladies, Fladeo Ladies, dan Fladeo Kids. Untuk merek produk sepatu lainnya, alasan konsumen membeli produk sepatu dikarenakan sering diadakan diskon pada produk sepatu lainnya.

Berdasarkan data penjualan produk baju di Ramayana tahun 2016 ada salah satu merek produk baju yang memiliki total penjualan terbesar dalam satu tahun dibandingkan dengan merek produk baju lainnya yaitu pada produk baju merek Benhill sebesar 13.999 buah. Sedangkan untuk data penjualan produk sepatu di Ramayana tahun 2016 juga ada salah satu merek produk sepatu yang memiliki total penjualan terbesar dalam satu tahun dibandingkan dengan merek produk sepatu lainnya yaitu pada produk sepatu merek BATA Man sebesar 16.196 buah.

Berdasarkan data penjualan yang telah diolah, yaitu terjadinya ketidakpastian terhadap jumlah barang yang terjual di Ramayana karena terjadinya peningkatan dan penurunan terhadap jumlah barang yang terjual atau biasa disebut dengan fluktuasi.

Dari data penjualan menarik untuk dilakukan studi atau penelitian dengan maksud mencari sejumlah informasi tentang kualitas produk dan citra merek yang merupakan 2 (dua) faktor yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian produk baju dan sepatu di Ramayana. Penelitian ini belum dilakukan pengukuran ada atau tidak pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan ada atau tidak pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian karena baru pertama kalinya dilakukan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung sehingga penelitian ini menarik untuk diteliti.

Dari data penjualan, kecenderungan penjualan naik terutama pada bulan Juni dan Juli terjadi peningkatan penjualan yang cukup tinggi dibandingkan bulan lainnya dikarenakan pada bulan tersebut adalah bulan menjelang lebaran sehingga produk baju dan sepatu pada bulan juni dan juli lebih banyak dibeli oleh konsumen dibandingkan bulan lainnya, namun rata-rata penjualan untuk produk baju dalam setahun adalah 7.712 dan rata-rata penjualan untuk produk sepatu dalam setahun adalah 6.307.

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, semua tergantung pada kemampuan manajemen bagi perusahaan dalam pelaksanaan fungsi pemasaran, khususnya peningkatan kualitas produk dan pencitraan akan merek produk tersebut. Kegiatan pemasaran adalah kegiatan penawaran suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen . Kegiatan ini tentu saja tidak terlepas dari keputusan konsumen dalam memutuskan produk yang ingin dibeli. Manajemen pemasaran bukan hanya disesuaikan dengan konsumen atau pelanggan tetapi juga untuk mengubah apa yang dipikirkan konsumen.

Berdasarkan latar belakang tersebut terjadinya fluktuasi dari data penjualan yang menarik untuk diteliti karena belum dilakukan pengukuran dan salah satu bentuk pemasaran melalui kualitas produk dan citra merek apakah saling berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka penulis untuk mengetahui dan menganalisis

kualitas dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pada pembelian terhadap produk di Ramayana, oleh karena itu diambil penelitian dengan judul : **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI RAMAYANA BANDAR LAMPUNG”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan bahwa permasalahan yang terjadi terdapat kualitas produk dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian. Persaingan ketat terjadi pada produk di ramayana dan produk di toko lainnya. Ramayana ingin mempertahankan produk yang dijual agar tetap diminati konsumen oleh karena itu Ramayana harus mengerti tentang kebutuhan konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pangsa pasar dari permasalahan yang ada, dan pertanyaan yang diajukan untuk penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung ?
2. Apakah citra merek dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung ?
3. Apakah kualitas produk dan citra merek dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan konsumen ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Subjek
Subjek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di Ramayana Bandar Lampung.
2. Ruang Lingkup Objek
Objek penelitian ini adalah kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung.

3. Ruang Lingkup Tempat

Tempat atau lokasi penelitian ini adalah Ramayana Rajabasa yang beralamat di Jl. Zainal Abidin Pagar Alam, Rajabasa Kota Bandar Lampung, Lampung 35142.

4. Ruang Lingkup Waktu

Penelitian dilaksanakan pada konsumen yang telah membeli Produk di Ramayana Bandar Lampung yang dimulai dari Februari 2017 sampai dengan April 2017.

5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang Lingkup ilmu penelitian ini adalah Manajemen Pemasaran yang mencakup kualitas produk dan citra merek serta keputusan konsumen.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menentukan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung.
2. Untuk menentukan adanya pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung.
3. Untuk menentukan adanya pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk di Ramayana Bandar Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat yang diharapkan dapat diambil dari hasil penelitian ini yaitu :

1. Manfaat bagi Penulis
 - a) Dapat menambah pengalaman, pengetahuan dan wawasan penulis dalam penelitian dan penulisan karya ilmiah
 - b) Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis secara lebih mendalam mengenai kualitas produk dan citra merek yang dapat menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Manfaat bagi Institusi Darmajaya
 - a) Dapat menambah referensi perpustakaan IBI Darmajaya
 - b) Sebagai bahan referensi khususnya bagi mahasiswa yang akan mengadakan penelitian dengan topik yang sama.
3. Manfaat bagi Perusahaan
 - a) Sebagai bahan pertimbangan dan pembelajaran bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan.
 - b) Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan merek agar terciptanya citra merek yang berkesan untuk menarik keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini secara garis besar menguraikan tentang latar belakang masalah penelitian, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, serta sistematis penulisan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk di Ramayana Bandar Lampung.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang terkait dengan penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis, yang meliputi Manajemen Pemasaran (Pengertian, Konsep, Fungsi, dan Bauran Pemasaran).

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi menguraikan tentang jenis penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis data, metode analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisis dan pembahasan hasil analisis penelitian yang meliputi deskripsi data, hasil uji persyaratan instrumen, hasil uji persyaratan analisis data, hasil analisis data, hasil pengujian hipotesis dan pembahasannya.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan yang ditarik dari penelitian serta saran-saran yang dapat diberikan penulis pada perusahaan.