

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Era globalisasi ini telah menuntut adanya perubahan dalam segala hal, salah satunya yakni bidang pemasaran. Semakin ketatnya tingkat persaingan di dunia bisnis serta dengan kondisi ketidakpastian saat ini memaksa perusahaan agar mampu memenangkan persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menerapkan konsep pemasaran yang *modern* serta berorientasi pasar agar perusahaan mampu bersaing dengan baik.

Suatu perusahaan yang baik akan berfikir agar produknya tetap diminati konsumen dengan cara menciptakan inovasi yang baru terhadap produk-produk yang akan dijual, sehingga produk tersebut bisa bertahan lama serta dapat dikenal secara luas. Masyarakat saat ini harus mulai berpikir selektif serta pintar dalam memilih suatu produk, sehingga masyarakat dapat memperoleh manfaat dari suatu produk tersebut. Masyarakat juga tidak akan ragu lagi untuk mengeluarkan biaya yang lebih demi memperoleh produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan saat ini akan membuat perusahaan untuk selalu mengembangkan serta merebut *market share*.

Perusahaan saat ini bersaing ketat untuk memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Salah satunya perusahaan konveksi, dimana

konveksi merupakan salah satunya usaha yang dapat memenuhi kebutuhan skunder, kebutuhan sekunder yakni seragam sekolah. Seragam sekolah dikategorikan sebagai kebutuhan sekunder yang wajib dipenuhi oleh masyarakat, dengan berdasarkan aturan dari suatu instansi atau negara.

Kebutuhan seragam sekolah saat ini sangatlah berkembang, sehingga banyak orang untuk mendirikan usaha konveksi, salah satunya konveksi UD. Lanvin *Collection* Jombang yang bergerak dalam bidang pembuatan seragam sekolah dengan berbagai model yang ditawarkan sesuai dengan keinginan konsumen atau instansi. Berikut ini data penjualan seragam UD. Lanvin *Collection* Jombang pada bulan Januari sampai dengan April 2018.

**Tabel 1.1**  
**Data penjualan bulan Januari-April 2018**

<b>BULAN</b>	<b>BANYAK UNIT (dalam lusin)</b>	<b>TINGKAT PENJUALAN (Rp)</b>
Januari	65	35.000.000
Februari	90	50.000.000
Maret	120	70.000.000
April	180	90.000.000

Sumber Data : UD. Lanvin *Collection*, 2018

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa tingkat penjualan dari UD. Lanvin *Collection* setiap bulannya meningkat. Pada bulan Januari terjual sebanyak 65 lusin seragam, di bulan Februari terjual sebanyak 90 lusin seragam, di bulan Maret terjual sebanyak 120 lusin seragam, di bulan April terjual sebanyak 180 lusin seragam.

Kegiatan penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mencapai keuntungan yang diharapkan. Penjualan sangat erat dengan keputusan konsumen memilih, keputusan pembelian adalah suatu kegiatan manusia dalam membeli barang/jasa untuk memenuhi keinginan seta kebutuhannya dengan cara yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan tingkah laku setelah keputusan pembelian (Kotler, 2008). Untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen maka perusahaan harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya harga dan kualitas produk.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lain (produk, distribusi dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya, untuk itu perusahaan harus memberikan harga yang sesuai dengan pasar dan sesuai dengan konsumen, dalam persaingan dan penetapan harga merupakan masalah utama yang dihadapi oleh para pemasar. Beberapa perusahaan tidak mampu menangani penetapan harga dengan baik, sehingga konsumen dalam membeli seragam pasti membandingkan harga yang ditetapkan dengan harga seragam yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli yakni kualitas produk. . Kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu (Kotler & Armstrong., 2008). Faktor kualitas produk adalah diantara beberapa faktor yang tidak bisa diabaikan karena faktor tersebut bisa menentukan apakah produk tersebut bisa dipakai sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global.

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh Nopita (2016) yang hasilnya menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan serta signifikan terhadap keputusan pembelian seragam sekolah pada Toko Maju Bandar Lampung.

Dengan ini peneliti membuat penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SERAGAM PURNAMA LANVIN (Study pada UD. LANVIN COLLECTION Jombang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut

1. Apakah harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian seragam Purnama Lanvin di UD. Lanvin *Collection* ?

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian seragam Purnama Lanvin di UD. Lanvin *Collection*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara signifikan.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

### **1.4 Batasan Masalah**

Responden yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah konsumen Lanvin *Collection* Jombang.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap hasil penelitian ini mempunyai nilai yang positif bagi pihak lain, dan juga sebagai bahan masukan ilmu pengetahuan dan wawasan tentang objek yang diteliti maupun untuk dikembangkan dengan melakukan penelitian lebih lanjut.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi yang dapat digunakan dan diterapkan oleh perusahaan untuk lebih mengenal perilaku konsumen, perumusan strategi dan penentuan kebijakan dan digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam keputusan memilih seragam Purnama Lanvin UD. *Lanvin Collection* Jombang.