

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, keberadaan bisnis di tengah-tengah masyarakat menjadi semakin dibutuhkan Masyarakat semakin pintar dalam membeli produk dan memilih tempat untuk membeli produk tersebut. Perubahan pola masyarakat dalam membeli produk yang semakin selektif serta cara pandang konsumen yang berubah terhadap bisnis itu sendiri menimbulkan persaingan antar perusahaan tersebut untuk memenangkan persaingan yang tercipta (Novandri, 2010). Perusahaan memanfaatkan peluang bisnis yang ada dan berusaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka menguasai pasar. Perubahan cara pandang konsumen ini juga menuntut perusahaan untuk dapat berinovasi agar mampu bersaing dan tetap bertahan dalam persaingan.

Tingkat persaingan dunia usaha di Indonesia sangat ketat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari perusahaan tersebut dapat tercapai. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapan, sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah

pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang diluncurkan.

Dari hasil observasi di wilayah Kecamatan Sambeng bahwa toko UD. Dadi Jaya mampu bersaing dengan toko bangunan lain, hal ini dapat di buktikan oleh data sebagai berikut:

Tabel 1.1
Daftar perbandingan harga dan keragaman produk

No	Nama Produk	UD. Dadi Jaya	UD. Jambon	UD. Maju Makmur	Lancar Jaya	UD. Suyoto
1	Cat Nippon poin	114.000	Tidak ada	115.000	Tidak ada	116.500
2	Cat Envi	116.000	116.500	116.500	117.000	Tidak ada
3	Cat Balazo	105.000	105.500	tidak ada	106.000	Tidak ada
4	Cat Catylac	105.500	106.000	105.500	106.000	106.000
5	Cat avitex (5 kg)	94.000	96.000	94.000	95.000	94.500
6	Cat Falcon	84.000	Tidak ada	85.000	85.000	84.500
7	Cat Vinilex	100.500	101.000	100.800	101.000	101.500

Sumber: Data diolah dari UD. Dadi Jaya, UD. Jambon, UD. Maju Makmur, Lancar jaya dan UD. Suyoto

Dari data di atas menunjukkan bahwa persaingan toko cukup ketat dan UD. Dadi Jaya mampu bersaing dengan toko lain, diantaranya dengan harga yang ditawarkan lebih terjangkau dan produk yang ditawarkan lebih lengkap, sehingga diduga membuat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk di toko tersebut.

Kotler dan Amstrong (2014) menyatakan harga adalah sejumlah nilai yang dibebankan atas suatu produk tersebut. Penelitian yang

dilakukan Mariana (2015) menunjukkan bahwa Kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada Industri Ukm Amplang Ud. Sinar Rejeki Di Samarinda.

Selain harga yang juga sangat penting diantara bauran pemasaran adalah masalah produk karena konsumen akan memilih toko mana yang akan dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual pada toko itu. Jika ada toko yang lebih lengkap meskipun jarak yang ditempuh agak jauh maka konsumen akan mengunjungi toko yang lebih lengkap produknya (Arsyadani, 2015). Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa UD. Dadi jaya dalam menjual produk lebih lengkap dari pada toko yang lain, dimana produk cat lebih lengkap dan beragam. Pada dasarnya tidak ada batasan tentang jumlah dan jenis barang yang bisa dipajang di etalase toko, akan tetapi paling tidak merefleksi sedikit tentang arti dari toko itu sendiri. Tentunya mendekati keinginan pasar, sekali belanja bisa mendapatkan berbagai macam kebutuhannya. Berarti varian barang yang ditawarkan juga harus variatif (Arsyadani, 2015). Keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. (Kotler dan Keller, 2014)

Keragaman produk menurut Engel (1995) adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Raharjani (2005) mengemukakan keragaman produk merupakan kelengkapan produk

yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Keputusan pembelian terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh kelengkapan informasi yang dimiliki oleh konsumen tentang produk tersebut. Tugas pemasar adalah menyediakan informasi yang lengkap mengenai suatu produk sehingga konsumen mengetahui manfaat serta hal-hal yang akan mereka peroleh dari suatu produk.

UD. Dadi Jaya menyadari persaingan saat ini ketat, untuk itu UD. Dadi Jaya senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada konsumen yaitu dengan menyediakan harga yang terjangkau dan keragaman produk yang bervariasi dan lengkap.

Dari latar belakang yang telah dikemukakan oleh penulis, maka akan dilakukanlah penelitian yang berjudul *“Pengaruh Harga dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk di UD. Dadi Jaya Lamongan”*.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini merupakan langkah yang penting dalam penulisan skripsi ini, penulis mencoba merumuskan masalah yang menjadi dasar dalam penulisan skripsi ini. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di UD. Dadi Jaya Lamongan?
2. Apakah keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk di UD. Dadi Jaya Lamongan?

1.3 Tujuan penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di UD. Dadi Jaya Lamongan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk di UD. Dadi Jaya Lamongan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penulis berharap hasil penelitian ini mempunyai nilai yang positif bagi pihak lain, 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 kebijaksanaan dan digunakan sebagai bahan referensi untuk mengenali perilaku konsumen dalam keputusan pembelian di UD. Dadi Jaya Lamongan.