

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman saat ini menuntut konsumen bersikap pintar, cerdas, efektif dan efisien dalam memutuskan untuk membeli produk yang diinginkan. Keputusan pembelian merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena hal itu menjadi pertimbangan perusahaan dalam melakukan strategi pemasaran. Konsumen akan memperhatikan beberapa hal sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan pembeliannya, baik dari kualitas produk, harga, lokasi dan lain-lain.

Pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk didasari dengan adanya kesadaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, selanjutnya konsumen pasti akan mencari informasi mengenai produk yang diinginkan. Informasi tersebut dapat berasal dari dalam memori individu ataupun dari pengalaman orang lain, jika konsumen merasa puas dan sesuai harapan dengan produk tersebut maka konsumen akan meningkatkan pembeliannya dikemudian hari. Berkaitan dengan teori mengatakan bahwa Keputusan Pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan-tahapan diantaranya pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

Dan dimasa seperti ini batik bukanlah hal kuno, tetapi batik merupakan suatu yang istimewa di setiap pemakainya. Sekarang semakin banyak inovasi motif kain batik yang menarik konsumen untuk mendapatkan kain batik tersebut, dengan inovasi batik terbaru maka konsumen mempunyai rasa percaya diri dengan memakai batik tersebut. Inovasi dan kreatifitas anak bangsa akan batik tidak akan ada habisnya dan terus berkembang sesuai permintaan.

Dalam dunia bisnis sangatlah ketat terutama persaingan yang dalam usaha sejenis maka pengusaha dituntut memberikan inovasi terbaru supaya konsumen tertarik dengan produk yang dipasarkan. Maka perusahaan perlu mencermati sikap konsumen dan beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam usaha pemasaran produk yang di jalankan.

PT Pasaraya Tosersajaya Blok M sendiri didirikan oleh Abdul Latief pada tahun 1980 dengan area 200.000m<sup>2</sup> yang menyediakan souvenir- souvenir kerajinan tangan khas Indonesia, berbagai macam batik Indonesia dan makanan ataupun minuman khas Indonesia. Dan batik Semar masuk atau melakukan kerjasama dengan PT Pasaraya Tosersajaya pada tahun 2000 dengan luas area toko 130 m<sup>2</sup> dengan sistem bagi hasil. Batik Semar mulai didirikan pada tahun 1947, yang pemiliknya bernama Bapak Somadi Kasigit dan Ibu Niniek Elia Kasigit. Selain bertujuan mengembangkan usaha batik, tujuan lainnya adalah mempertahankan seni warisan budaya bangsa Indonesia. Batik Semar pada awalnya hanya memproduksi batik-batik tulis yang jangkauan pemasaran yang terbatas pada masyarakat golongan menengah dan menengah ke atas. Tetapi

dengan maksud dan tujuan agar produksi dapat berkembang lebih baik, maka pada tahun 1952 produksi dikembangkan dengan menambah batik cap dan batik kombinasi, sehingga daya belinya dapat terjangkau oleh masyarakat luas. Corak-corak batik yang diproduksi oleh Batik Semar tidak hanya terbatas pada corak-corak batik Solo saja, tetapi juga dikembangkan untuk memproduksi corak batik Bledakan (Jogja), Pekalongan, Cirebonan, dan Laseman.

Sejalan dari perkembangan waktu, sampai tahun 1972 batik juga mengalami perubahan dan perkembangan dengan munculnya teknik baru yang pada waktu itu disebut printing atau batik printing atau printing/sablon dengan motif batik. Untuk mengimbangi dan mengikuti perkembangan atas kemajuan-kemajuan tersebut maka produksi Batik Semar sendiri kemudian dikembangkan lebih bervariasi baik dalam mode, corak, dan warnanya.

Adapun produk-produk yang disediakan oleh Batik Semar antara lain busana pria, busana wanita, busana anak-anak, baik dengan nuansa casual, maupun formal. Selain pakaian jadi, Batik Semar juga menawarkan aneka kain dan selendang dengan motif yang beragam. Bahan doby dan polyester merupakan bahan dasar yang paling banyak diminati pelanggan batik semar. Apalagi Batik Semar juga biasa mengerjakan order partai besar untuk perusahaan asing dan dalam negeri.

Sedangkan untuk bahan-bahan premium seperti sutera dan Batik tulis, Semar juga memiliki koleksi yang diminati pula oleh beberapa kalangan menengah ke atas. Meski masih didominasi dengan pakaian pria formal seperti

kemeja, namun Batik Semar selalu berusaha untuk update model pakaian terbaru. Selain busana, mereka juga menyediakan aneka aksesoris serta souvenir etnik guna memenuhi permintaan pelanggan mereka yang banyak datang dari luar negeri.

Selain batik Semar banyak juga batik batik yang berkualitas lainnya yang terdapat pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M seperti : Batik Kendedes Ken Arok yang merupakan batik eksklusif di Pasaraya yang ditujukan untuk kalangan atas, Batik Ruma Abit, Indra Loka, dan Pari Kesit.

Produk yang semakin bervariasi dan beragam yang ditawarkan membuat konsumen memiliki pilihan yang terbaik untuk menentukan pembelian produknya. Dalam usaha yang banyak bergerak dibidang yang sejenis seperti batik saat ini tentu saja menjadikan timbulnya masalah, dan berdampak pada penurunannya penjualan atau penurunan omzet penjualan di beberapa Toko batik, contohnya seperti di Batik Semar pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M yang juga mengalami penurunan penjualan atau omzet penjualan dari awal tahun 2019. Dan berikut datanya :

**Tabel 1.1**

**Data Penjualan 3 bulan terakhir Batik Semar pada PT  
Pasaraya  
Tosersajaya Blok M**

| <b>Bulan dan Tahun</b> | <b>Data Penjualan ( Rp )</b> |
|------------------------|------------------------------|
| Januari 2019           | Rp. 75,370,000               |
| Februari 2019          | Rp. 43,207,500               |
| Maret 2019             | Rp. 41,382,200               |

( Sumber : Laporan Penjualan Batik Semar )

Kualitas produk merupakan hal yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu kualitas produk sangat penting pengaruhnya terhadap keputusan konsumen membeli dan menggunakan kembali produk itu. Seperti batik Semar yang dari awal berdirinya selalu menekankan kualitas produk yang menggunakan bahan dasar sutra, katun, doby dan polyester. Dari bahan dasar tersebut batik Semar mampu menghasilkan produk yang menawan dan tentunya berkualitas.

Selanjutnya harga juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen membeli suatu produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam bauran pemasaran. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga merupakan satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan, oleh sebab itu

harga dapat dikatakan mendatangkan laba bagi perusahaan. Harga dapat menjadi alat yang menjadi kompetitif dalam bersaing. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. harga yang terjangkau akan membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Selain itu, faktor lokasi juga berpengaruh terhadap keputusan yang diambil konsumen untuk membeli suatu produk. Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat untuk suatu usaha. Lokasi batik Semar yang ada pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M lantai UG gedung B merupakan lokasi yang strategis karena dekat dengan area perdagangan, perkantoran dan juga perhotelan dimana banyak orang yang berlalu lalang setiap harinya.

Penelitian sebelumnya yang terkait dengan keputusan pembelian telah banyak dilakukan dan dapat dijadikan sebagai referensi dan data perbandingan untuk penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Afiful Ikhwan pada tahun 2017 yang berjudul “ *Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Batik Tulis “Esri Batik” Desa Besuk, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri*” secara parsial menunjukkan bahwa Lokasi, kualitas produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Esri Batik. Secara simultan lokasi, kualitas produk dan harga terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Esri Batik.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semar Pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M**”

### **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah penulis sebutkan di atas, perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semar Pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M?
2. Apakah Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semar Pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semar Pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M?
4. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Batik Semar Pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M?

## C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Batik Semar pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Batik Semar pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Batik Semar pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M.
- d. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian Batik Semar pada PT Pasaraya Tosersajaya Blok M.



## 2. Kegunaan Penelitian

Segala sesuatu dilakukan tentunya memiliki kegunaan, demikian dengan penelitian ini yang telah selesai dilaksanakan Penulis. Adapun kegunaan dari penelitian yang dimaksud ialah :

### a. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan bagi manajemen untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya meningkatkan volume penjualan dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

### b. Bagi Penulis

Dapat digunakan untuk menambah khazanah keilmuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan khususnya di bidang pemasaran.

### c. Bagi Pihak Lain

Menyediakan informasi yang diperlukan untuk penelitian bagi pihak-pihak yang terkait di masa yang akan datang.