

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Diera seperti sekarang batik sudah menjadi kebutuhan pakaian yang di butuhkan untuk pakaian kerja dan seragam sekolah di indonesia. Batik merupakan salah satu warisan budaya indonesia yang telah di kagumi dan di kenal luas di selurus dunia. Batik merupakan salah satu warisan budaya indonesia yang telah di kagumi dan di kenal luas di selurus dunia. Batik merupakan kaya seni yang begitu indah dan penuh dengan filosofi dalam setiap bentuk motif nya. Batik dapat di golongkang sebagai ekspresi budaya tradisional dari masyarakat lokal yang di waeiskan secara turun-temurun dan merupakan warisan budaya yang sangat berharga. Industri batik dalam negri makin berkembang dengan berbagai merek dan motif motif baru yang bermunculan. Melihat fenomena tersebut di dorong oleh masyarakat Indonesia yang menggunakan produk dalam negri terutama produk batik yang sangat di sukai oleh masyarakat, batik menjadi produk dalam negri yang sangat di gemari di kalangan masyarakat Indonesia.

Selain dari pada itu fungsi batik yang semakin berkembang turut serta menjadi motivasi para pengrajin batik. Batik telah banyak mengalami banyak perkembangan karena pencampuran budaya. Di samping itu, banyak produk impor yang terus memasuki pasar dalam negri menyebabkan persaingan yang kompetitif sehingga produsen dalam negri berlomba-lomba untuk menciptakan produk yang

berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah ke atas di Indonesia.

Beberapa produk batik dalam negeri sudah banyak di pakai oleh masyarakat Indonesia. Meningkatnya merek batik bermunculan, merupakan salah satu peningkatan kreatifitas anak bangsa dalam menghadapi trend yang masuk dan berkembang di Indonesia.

Peningkatan usaha produk batik dalam negeri di dorong oleh berbagai macam paeran dalam negeri. Antusiasme tinggi para penggemar batik berimbas pada merek-merek luar. Tak kalah dengan merek-merek luar, batik dalam negeri ini pun dapat dengan mudah di temukan di pameran atau pasar.

Kepopuleran merek-merek itu tentu timbul karna model dan kualistas batik dalam negeri setara dengan merek dari luar negeri yang lebih dahulu terkenal di masyarakat luas. Setelah masyarakat menunjukkan antusias yang tinggi pameran Jakarta Fashion Day.

Membuat konsumen memutuskan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan pembeli di pengaruhi kemampuan perusahaan untuk menarik konsumen.

Tabel 1. 1 Data pesaing Batik Iwan Tirta Collection

No	Nama	Alamat
1.	Danar Hadi	GrandIndonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.
2.	Parang Kencana	GrandIndonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.
3.	Bim house	GrandIndonesia lantai 3, Jl. MH Thamrin No.1, RT.1/RW.5, Menteng, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10310.

(Sumber : Data yang diolah peneliti 2023)

Berdasarkan tabel diatas adanya persaingan antara kompetitor dan Iwan Tirta Collection. Persaingan yang ditawarkan kompetitor diantaranya harga yang ditawarkan relatif lebih mahal dari Iwan Tirta Collection, lokasi pada beberapa kompetitor sulit ditemukan karena kurangnya visibilitas pada kompetitor, serta rasa yang ditawarkan Iwan Tirta Collection tidak jauh berbeda dengan kompetitor. Tidak hanya motif yang ditawarkan oleh Iwan Tirta Collection akan tetapi, model yang lebih banyak ditawarkan oleh Iwan Tirta Collection dibandingkan dengan ke 3 (tiga) kompetitor yang ada pada tabel tersebut.

Iwan Tirta Collection buka dari pukul 10.00 WIB hingga pukul 22.00 WIB, Iwan Tirta Collection memiliki tempat bernuansa Jawa Keraton. Biasanya konsumen yang datang mendapat rekomendasi dari teman, sosial media, dan bahkan ada beberapa konsumen yang datang langsung ke Iwan Tirta Collection tanpa ada rekomendasi konsumen tertarik untuk mengunjungi, ada beberapa faktor salah satunya konsumen sedang berada di Grand Indonesia. Keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli, keputusan yang diambil oleh konsumen.

Tabel 1.2 Data Penjualan Iwan Tirta collection

No	Bulan	Total Penjualan	Target Penjualan
1	Oktober	Rp100.201.000	Rp 150.000.000
2	November	Rp87.001.000	Rp 150.000.000
3	Desember	Rp80.268.000	Rp 150.000.000
4	Januari	Rp100.446.000	Rp 150.000.000
5	Februari	Rp65.210.000	Rp 150.000.000

(Sumber: Data Iwan Tirta collection pada tahun 2022-2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 di atas terlihat bahwa perkembangan penjualan Pt. Iwan Tirta Collection mengalami ketidakstabilan pada tahun 2022. Pada bulan Oktober penjualan sebesar Rp. 100.201.000 dan pada bulan November menurun yaitu sebanyak Rp. 87.001.000 dan pada bulan Desember penjualan menurun yaitu sebanyak Rp. 80.268.000 dan terjadi kenaikan pada bulan Januari yaitu sebanyak Rp. 100.446.000 dan pada bulan Februari terjadi penurunan yaitu sebesar Rp. 65.210.000. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa unsur yang mempengaruhi

konsumen untuk memutuskan pembelian di Iwan Tirta Collection. dalam hal ini dapat di indikasi sebagai fenomena pada penelitian ini karena terjadi adanya penurunan pendapatan terhadap di Iwan Tirta Collection yang menurut peneliti dipengaruhi oleh beberapa variable apakah harga, kualitas produk, dan lokasi dari produk tersebut. Maka dari ini peneliti ingin mengetahui apa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Iwan Tirta Collection.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Konsep harga bagi konsumen adalah segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk.

Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan Pra Survei	Jumlah			
		Ya		Tidak	
1.	Apakah harga produk yang ditawarkan pada store Iwan Tirta Collection memuaskan untuk konsumen?	91,2%	31	8,8%	4
2.	Apakah kualitas produk yang di beli pada store Iwan Tirta Collection memuaskan untuk konsumen?	88,2%	30	11,8%	5
3.	Apakah lokasi store Iwan Tirta Collection mudah di akses	82,4%	28	17,6%	7

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2023

Berdasarkan tabel 1.3 bahwa hasil pra survei disisi harga,kualitas produk dan lokasi dari store Iwan Tirta Collection terdapat penilaian yang masih tidak sesuai dengan harapan. Keputusan pembelian adalah tindakan yang di lakukan oleh konsumen tentang pengambilan keputusan dalam hal membeli atau menggukan suatu produk.

Keputusan pembelian konsumen didasarkan pada keinginan untuk membeli yang berasal dari berbagai faktor yang mempengaruhi seperti keluarga ,harga yang diinginkan, informasi yang di erikan dan keuntungan dan manfaat yang dapat di peroleh dari produk atau jasa tersebut.Selanjutnya dalam meningkatkan keputusan pembelian selain harga dan kualitas produk, lokasi juga menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke store Iwan Tirta Collection, konsumen mencari tahu lokasi dari store itu sendiri.

Fenomena yang terjadi terkait dengan keputusan pembelian banyak pesaing yang semakin, semakin ketat, semakin memaksa para pelaku bisnis untuk lebih cepat menarik konsumen.Oleh karna itu, perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus memperhatikan prilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dalam upaya pemasaran produk.

Fenomena yang terjadi terkait dengan harga yang dilakukan pada Iwan Tirta Collection adalah harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan produk lain, kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dihasilkan, harga sesuai dengan kemampuan yang dimiliki konsumen, harga stabil dan tidak berubah-ubah dari waktu ke waktu, dan kemudahan dalam pembayaran.

Tidak hanya harga, Salah satu pertimbangan dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik dapat mempengaruhi keberhasilan keputusan pembelian. Faktor kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas produk. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke store Iwan Tirta Collection, konsumen mencari manfaat dan Kualitas Produk dari store itu sendiri.

Fenomena yang terjadi terkait dengan kualitas produk yang ada di store Iwan Tirta Collection adalah karakteristik produk yang meliputi kualitas bahan baku, penggunaan teknologi dan desain produk.

Selanjutnya dalam meningkatkan keputusan pembelian selain harga dan kualitas produk, lokasi juga menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian. Sebelum konsumen memutuskan pembelian dan berkunjung ke store Iwan Tirta Collection, konsumen mencari tahu lokasi dari store itu sendiri. Lokasi store Iwan Tirta Collection berada di lokasi yang strategis, mudah di akses menggunakan transportasi umum, maupun menggunakan transportasi pribadi, lokasi nya tidak jauh dengan fasilitas umum, seperti rumah sakit, stasiun, sekolah, kampus dan halte busway. Lokasi strategis dan mudah di akses menggunakan transportasi umum, maupun kendaraan pribadi menjadi salah satu faktor konsumen berkunjung dan memutuskan untuk membeli produk store Iwan Tirta Collection karena lokasi merupakan arena kegiatan perusahaan untuk membuat produknya tersedia bagi pelanggan.

Fenomena yang terjadi terkait dengan lokasi yang ada pada store Iwan Tirta Collection adalah akses yang mudah dijangkau dengan transportasi, lokasinya dapat dilihat dengan jelas dari jalan, tempat parkir yang luas dan nyaman.

Disamping adanya fenomena masalah dalam penelitian ini, masih terdapat perbedaan penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya, yaitu :

B. Research gap

Penelitian yang dilakukan Teguh Ardyanto, Mahir Pradana (2022) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dimas Aryo Basakoro, Farhan Muhammad (2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Umi Fadilah (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh P. Rumondor., A.L. Tumbel., I.W.J. Ogi (2019) menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan Umi Fadilah (2020) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Putra Budi Ansori (2020) menyatakan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA STORE IWAN TIRTA COLLECTION DI GRAND INDONESIA.

C. Rumusan Masalah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dilatar belakang, untuk mencapai tujuan penelitian, maka peneliti merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen di store Iwan Tirta Collection ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di store Iwan Tirta Collection ?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada store Iwan Tirta Collection ?
4. Apakah Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian konsumen di store Iwan Tirta Collection ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada store Iwan Tirta Collection secara simultan
2. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di store Iwan Tirta Collection secara parsial
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen di store Iwan Tirta Collection secara parsial

4. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian konsumen store Iwan Tirta Collection secara parsial.

E. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian yang di lakukan oleh peneliti di harapkan dapat memberikan manfaat bagi manjemen, pengambilan keputusan dan penelitian dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti, dan menjadi salah satu syarat untuk mendapat gelar strata (S1) di Universitas Satya Negara Indonesia

b. Bagi Akademis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pembaca mengenai kepuasan konsumen dan dapat digunakan sebagai referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber informasi untuk kepada perusahaan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saat datang ke dan membuat strategi pemasaran untuk menghadapi persaingan .