

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan usaha pada saat ini dihadapkan persaingan yang sangat ketat sehingga perusahaan dituntut agar selalu melakukan inovasi agar konsumen baru ataupun pelanggan yang telah dimiliki akan tetap menggunakan barang atau jasa dari perusahaan tersebut. Konsumen mempunyai peran yang krusial dalam eksistensi suatu badan usaha. Karena hampir setiap kegiatan perusahaan dilakukan untuk memposisikan agar produk dapat diterima konsumen. Keanekaragaman keinginan dan kebutuhan konsumen memaksa produsen agar melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginan konsumen. Hal ini dibutuhkan perusahaan agar dapat memenuhi dan memuaskan konsumen dengan produk yang ditawarkan.

Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Desain sangat penting terutama dalam pembuatan dan pemasaran jasa eceran, busana, barang kemasan, dan peralatan tahan lama. Desainer harus menemukan berapa banyak yang di investasikan dalam bentuk pengembangan fitur, kinerja, kesesuaian, ketahanan, keandalan, kemudahan perbaikan, dan gaya. Bagi perusahaan, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang mudah dibuat dan didistribusikan. Bagi pelanggan, produk yang dirancang baik adalah produk yang penampilannya menyenangkan dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki dan disingkirkan. Disainer harus memperhatikan semua faktor ini. Mendapat atas desain yang baik sangat menyangkinkan terutama bagi perusahaan produk konsumen yang lebih kecil dan perusahaan pemula yang tidak memiliki anggaran iklan yang besar.¹

Dahulu busana/fashion merupakan kebutuhan primer belaka. Seiring dengan berkembangnya dunia industri, hiburan, informasi dan teknologi, gaya berbusana menjadi media untuk menunjukkan eksistensi seseorang dalam komunitasnya.

¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13 Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 10.

Produk fashion saat ini berkembang zaman yang ada dan terkait dengan tren yang sedang berlaku, kreativitas dan gaya hidup.

Distribution store atau yang lebih dikenal dengan distro kini menjadi alternatif bagi masyarakat Indonesia untuk belanja kebutuhan berpakaian. Distro sendiri merupakan toko distribusi yang menjual berbagai produk, mulai dari kaos, kemeja, flannel, jaket, celana jeans, dompet, tas, sepatu, dll. Saat ini distro sudah menjamur di berbagai kota besar di Indonesia khususnya di daerah Jepara.

Permasalahan yang terjadi pada Distro Coreid tak lepas dari keputusan pembelian konsumen atau calon konsumen atas produk yang tersedia di Distro Coreid. Untuk memenangkan persaingan, Distro Coreid harus memperkenalkan desain-desain yang menarik dengan kualitas produk yang baik. Selain itu promosi juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu barang. Masalah mengenai desain dari suatu produk menjadi salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius khususnya team pengembangan produk baru, karena desain atau rancangan adalah totalitas keistimewaan yang mempengaruhi kebutuhan pelanggan

Desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.²

Promosi merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran *marketing mix*, disamping penetapan harga jual, produk, dan distribusi. Promosi sangat berpengaruh terhadap usaha perusahaan untuk mencapai volume penjualan yang maksimal, karena meskipun produk yang ditawarkan sudah baik, relatif murah serta mudah untuk diperoleh, jika tidak disertai promosi yang baik, maka tingkat penjualan tidak akan memadai. Bahwa pemasaran adalah Suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang

²Basrah Saidani, dkk., *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 4, No. 2, (2013): 5.

mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Kini era sosial media secara pelan namun pasti telah memaksa banyak perusahaan mengubah cara mereka berkomunikasi. Maraknya penggunaan sosial media misal: *Facebook*, *Twitter*, *instagram* dan forum komunikasi sosial media yang lain mau tak mau memaksa perusahaan meningkatkan model berkomunikasi. Perangkat Sosial media ini adalah hal yang lumrah selalu bersentuhan dengan aktivitas kita terutama bagi parapengguna internet.³

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan.⁴

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih sari itu. Secara luas, produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat di tawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk. Kualitas produk adalah konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.⁵

Kualitas produk merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaaa/produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan masalah kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasara yang dilakukan perusahaan. Setiap perusahaan/produsen harus memilih tingkat kusulitan yang akan membantu atau menunjang usaha untuk meningkatkan atau mempertahankan

³Novita Ekasari, *Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jasa Pembiayaan Kendaraan Pada PT. BFI Finance Jambi*, Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Hurmaniora, Vol. 16, No.2, (2014): 2.

⁴Sudaryono.*Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016), 207.

⁵Agnes Ligia Pratisitia Walukow, dkk., *Pengaruh Kualitas Poduk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa*, Jurnal EMBA Vol. 2, No.3, (2014): 2.

posisi prooduk itu dalam pasar sasarannya. Kualitas merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk. Kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.⁶

Memperbaiki kualitas produk atau mutu produk dan jasa adalah salah satu tantangan yang penting bagi perusahaan yang bersaing dipasar global. Perbaikan mutu produk mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing.⁷ Produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk yang diberikan oleh perusahaan makan kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Banyaknya persaingan Distro saat ini memaksa setiap produsen pandai memilih produk untuk dihasilkan, salah satu diantaranya adalah Distro Coreid.

Keputusan membeli merupakan salah satu komponen utama dari perilaku konsumen. Keputusan pembelian konsumen merupakan tahap demi tahap yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa. Keputusan pembelian adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.⁸

Berdasarkan latar belakang tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “*Pengaruh Desain, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Distro Coreid. (Studi Kasus di Distro Coreid Jln, Purwogondo Kalinyamatan Jepara)*”.

⁶ Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2011), 211-212.

⁷ David W. Cravens. *Pemasaran Strategis*. (Jakarta: Erlangga, 1996), 3.

⁸Swastha Basu dan Handoko, Hani, *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi pertama (Yogyakarta: BPFE, 2000), 65.

B. Rumusan Masalah

Memilih masalah dalam penelitian adalah suatu langkah awal dari suatu kegiatan penelitian setelah masalah diidentifikasi kemudian masalah tersebut dirumuskan.

Rumusan masalah pada penelitian ini dirumuskan berdasarkan indentifikasi masalah diatas, yaitu:

1. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid?
4. Apakah Desain Produk, Promosi, Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid.
2. Untuk menguji apakah Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid.
3. Untuk menguji apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid.
4. Untuk menguji apakah Desain, Promosi, Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Distro Coreid.

D. Manfaat Penelitian

Dengan di lakukan penelitian ini, maka di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam meningkatkan keberhasilan usaha melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh dengan peningkatan desain produk, promosi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu dapat

pula sebagai masukan dalam upaya menerapaannya pada usaha tersebut.

2. Bagi Akademisi

Hasil ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya, dengan masalah yang sama tetapi berbeda objeknya, sehingga hasilnya lebih baik dari penelitian sekarang.

3. Bagi Penulis

Merupakan sarana dalam menghasilkan satu karya ilmiah yang baik serta menambah wawasan baru mengenai gambaran penerapan peningkatan desain produk, promosi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

4. Bagi Pembaca

Dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai peningkatan desain produk, promosi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Di Distrik Coreid Jln, Purwogondo Kalinyamatan Jepara.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan ilmiah yang sistematis dan konsisten dari proposal ini, maka sistematika penulisan dalam proposal ini dibagi menjadi bagian-bagian sebagai berikut:

1. Bagian awal

Dalam bagian ini terdiri dari halaman judul, abstraksi, halaman nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan skripsi, halaman motto, halaman persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi.

2. Bagian isi

Bagian isi ini terdiri atas 5 (lima) bab dan setiap babnya terdiri dari sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I

:Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan latar belakang masalah, penegasan istilah, identifikasi masalah, fokus penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan gambaran pelaksanaan peningkatan desain produk, promosi, kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Di Distro Coreid jln, Purwogondo Kalinyamatan Jepara. mencakup tentang deskripsi teori, penelitian terdahulu, dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, sumber data, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang deskripsi lokasi penelitian, hasil penelitian dan analisis dari hasil penelitian.

BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dan penutup.

3. Bagian akhir

Dalam bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan penulis, dan lampiran-lampiran.