

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Penelitian**

Seiring perkembangan zaman serta semakin meningkatnya modernisasi disetiap individu masyarakat, membuat terciptanya persaingan bisnis yang sangat pesat. Adanya perubahan masyarakat dari keadaan yang tradisional menjadi masyarakat yang modern menjadikan banyaknya peluang bisnis yang bergerak di bidang *fashion*. Hal ini menyebabkan banyaknya pesaing serta meningkatnya *brand* baru yang bermunculan, salah satunya adalah produk *fashion* seperti tas, sepatu, *accessories* dan pakaian. Produk tersebut biasanya sangat digemari oleh kaum wanita, tidak jarang produk *fashion* juga digemari oleh kaum lelaki. Berbisnis dalam bidang *fashion*, tentunya perusahaan harus memahami apa yang menjadi *trend* saat ini dan yang diinginkan konsumen sehingga bisnis tetap berjalan dengan baik ke depannya. Keputusan pembelian dalam hal jual beli bukanlah merupakan hal yang mudah, sebab ada beberapa tahapan yang akan dipertimbangkan oleh konsumen sehingga konsumen akhirnya akan membuat keputusan pembelian.

Menurut Hawkins dan Mothersbaugh (2013) perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang mereka

gunakan untuk menyeleksi, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan, serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat (Tjiptono, 2014). Pada penelitian ini akan membahas beberapa faktor yaitu meliputi faktor harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Perusahaan harus terus-menerus meningkatkan dan menerapkan strategi penjualan yang baik pada produknya.

Seiring perkembangan zaman, produk *fashion* seperti tas, sepatu, *accessories* dan pakaian tidak hanya menjadi kebutuhan oleh para konsumen. Tidak jarang dari konsumen membeli produk tersebut hanya untuk di koleksi saja, baik dari kalangan remaja maupun orang dewasa. Kompas.com (2015) menyatakan bahwa pola hidup masyarakat di Indonesia dipandang konsumtif karena kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan dan menyukai barang-barang baru. Hal mendukung munculnya banyak *brand* baru yang menawarkan produk tas, sepatu, pakaian maupun produk *fashion* lainnya untuk memenuhi keinginan konsumen terutama wanita yang tiada batasnya dalam mengoleksi berbagai macam produk *fashion*. Kualitas produk adalah sesuatu yang bernilai bagi konsumen, semakin bagus kualitas yang dimiliki suatu produk maka semakin diminati oleh konsumen karena kualitas yang bagus juga memiliki daya tahan yang lama.

Bersumber dari kompas.com (2013) Elizabeth merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam produk *fashion* yaitu tas, sepatu, *accessories* dan

pakaian yang berusaha memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen. Elizabeth ini adalah usaha ritel di Indonesia yang didirikan pada tahun 1963, Elizabeth terus mempertahankan standar yang tinggi. Perusahaan ini menomor satukan desain dan bahan yang digunakan untuk produknya. Terlihat dari 45 gerai Elizabeth yang telah menyebar di beberapa bagian Indonesia ini dapat menunjukkan minat pembelian produk Elizabeth ini terus meningkat, selain itu harga yang ditawarkan oleh Elizabeth juga terjangkau dibandingkan dengan pesaing seperti Belagio, Buccheri, dan lainnya. Elizabeth memiliki segmen pasar yang luas, ini menjadi salah satu daya tarik bagi konsumen untuk memilih membeli produk di toko Elizabeth dibandingkan dengan toko yang lain.

Keterjangkauan harga adalah sejauh mana sesuatu yang terjangkau, diukur dengan biaya relatif terhadap jumlah dimana pembeli mampu untuk membayar (Kotler dan Armstrong 2012). Harga adalah pengorbanan untuk sesuatu yang didapatkan untuk memperoleh produk atau jasa (Zeithaml, 2013). Sedangkan menurut Ferdinand (2006) menyatakan bahwa harga merupakan variabel keputusan yang paling penting oleh konsumen karena alasan tertentu, salah satunya yaitu alasan ekonomis yaitu harga yang terjangkau atau bersaing merupakan salah satu hal penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat menjadi alasannya keputusan pembelian suatu produk, tidak jarang sebagian konsumen sangat memperhatikan harga suatu produk, dengan alasan apakah konsumen tersebut layak membayar dengan harga yang sudah di tentukan produsen dan memikirkan timbal balik dari harga produk

tersebut, namun ada juga konsumen yang berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal karena faktor tertentu. Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang nyata (Kotler, 2005). Dalam hal kualitas Elizabeth ini tidak kalah bagus dengan *brand* lain dan juga produk Elizabeth dapat digunakan dengan jangka waktu yang lama sesuai dengan pemakaian konsumen tersebut.

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2008). Menurut Kotler dan Susanto (2001) jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak meningkatkan kepemilikan apapun. Menurut Kotler dan Keller (2007) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana pelanggan merasakan kelayakan dan keunggulan dari pelayanan yang diterimanya. Elizabeth juga memberikan jasa pelayanan yang baik kepada konsumennya, selain itu juga terdapat promo-promo serta *discount* pada beberapa produk tertentu. Selain produk yang berkualitas pelayanan yang baik juga sangat diperlukan oleh perusahaan, sebab pelayanan yang baik dapat meningkatkan ketertarikan konsumen yang menimbulkan minat pembelian.

## **B. Batasan Masalah Penelitian**

Penelitian ini memfokuskan pada permasalahan “Kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

produk Elizabeth” yang melakukan pembelian di Jl. Urip Sumoharjo, Gondokusuman Yogyakarta. Penelitian ini mencoba mengaitkan pengaruh antara Kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Elizabeth.

### **C. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dapat didefinisikan beberapa masalah yang ada, antara lain:

1. Apakah kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta?
3. Apakah keterjangkauan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka yang menjadi tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk, keterjangkauan harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.

2. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.
3. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh keterjangkauan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.
4. Menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Elizabeth di Yogyakarta.

#### **E. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menguatkan teori pemasaran tentang perilaku konsumen, menjadi tambahan referensi bagi peneliti berikutnya, dan dapat dijadikan sumber acuan yang terkait keputusan pembelian konsumen.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan Elizabeth dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan.

###### b. Bagi peneliti

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai saran untuk latihan menerapkan teori-teori yang telah didapatkan saat kuliah dengan kenyataan yang ada di lapangan serta menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman.