

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan pada masa globalisasi saat ini, kemajuan bisnis dapat membawa dampak yang berpengaruh sangat besar untuk perkembangan perekonomian dalam bidang usaha, baik secara umum maupun secara khususnya, hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang baru muncul semuanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, tidak jarang banyak perusahaan yang beroperasi pada target pasar yang sama level atau produk yang sama pula, sehingga pada akhirnya hal tersebut menyebabkan melimpahnya jenis produk dan jasa di pasaran, yang pada proses selanjutnya terciptanya persaingan. Oleh karena itu, dengan tujuan tersebut maka perusahaan harus mampu menjaga kepuasan konsumen mereka, karena apabila kepuasan seseorang konsumen sudah terpenuhi maka dapat diperkirakan konsumen tersebut akan menjadi loyal pada produk perusahaan itu sendiri (Kotler 2009:215). Dengan memahami perkembangan yang ada bagaimana perusahaan membuat keputusan pembelian tertarik pada produk. salah satu unsur kunci dalam persaingan bisnis untuk menarik minat pembeli adalah variasi produk yang disediakan oleh perusahaan.

Variasi Produk penting bagi pembeli karena variasi produk memberikan kesempatan bagi pembeli untuk membandingkan, membedakan dan memilih diantara beberapa solusi potensial yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli. Menurut Mikell P. Groover (2010:6) mengatakan bahwa variasi produk dapat

diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. dengan adanya variasi produk perusahaan memiliki desain yang berbeda mulai dari merek, tampilan gambar ukuran, akuitas dan ketersediaan produk akan mempermudah konsumen dalam memilih dan membeli berbagai macam produk sesuai yang mereka inginkan. Sesuatu yang diinginkan konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan, dengan adanya variasi produk dan kualitas produk maka konsumen sangat mudah untuk mendapatkan apa yang mereka inginkan.

Kualitas Produk merupakan tindakan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan dipasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan-perbedaan yang berarti pada produk atau jasa yang ditawarkan untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaingannya, sehingga dapat dipandang atau dipersepsikan konsumen bahwa produk yang berkualitas tersebut mempunyai nilai tambah yang diharapkan oleh konsumen (Revita et al.,2018).

Dalam melakukan keputusan pembelian hal yang paling dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk adalah dengan melihat harga atas produk tersebut (Ananda, Putra dan Zulvia, 2017) inilah mengapa harga menjadi salah satu variabel dalam penelitian ini dikarenakan harga memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan. Tinggi dan rendahnya harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau jasa.

Penjual berusaha menciptakan produk yang baru dalam kegiatan pemasaran yang menuntut suatu perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Oleh karena itu perusahaan harus mencari strategi yang tepat dan menciptakan hal-hal yang baru sesuai trend yang sedang berkembang pada masa sekarang. Maka dari itu Distro Ghany Store mampu menawarkan berbagai macam-macam produk dengan berbagai kualitas untuk berbagai macam kalangan. Produk Pakaian yang paling bervariasi adalah pakaian remaja dan kaum muda, karena tentu saja berhubungan dengan usia mereka, imajinasi mereka serta ingin tampil beda dengan yang lain.

Distro merupakan tempat penjual produk pakaian yang memiliki ciri khas untuk kaum remaja dan anak muda yang mengikuti trend saat ini, dan memiliki aksesoris yang dititipkan oleh penjual pakaian. Distro umumnya merupakan industri kecil menengah, dengan merk independen yang sedang dikembangkan dikalangan muda. adalah pemahaman yang berbeda tentang cara memandang dan memberikan makna terhadap nilai-nilai yang dimiliki oleh konsumen.

Distro Ghany Store merupakan tempat penjual produk pakaian yang memiliki ciri khas untuk kaum remaja dan anak muda, Distro Ghany Store berdiri sejak tahun 2014, Dengan berlokasi di pasar Oesapa Kota Kupang. Ghany Store tidak kalah saing dengan bisnis-bisnis lain di area pasar, Ghany Store mampu menjual jenis pakaian dengan berbagai macam variasi dan kualitas yang berbeda dengan penjual lain di area pasar. Ghany Store juga mampu menyediakan pakaian-pakaian yang berkualitas dengan variasi-variasi terbaru sehingga dapat menarik para remaja dan anak muda untuk melakukan pembelian pada Distro Ghany Store

Selain itu juga, kualitas produk telah menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan yang meningkatkan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap pesaing-pesaingnya dalam menguasai pasar, karena Kualitas ditentukan oleh pelanggan, dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa, tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas. Salah satu usaha yang dilakukan oleh Distro Ghany Store dalam mempertahankan konsumennya adalah dengan meningkatkan kualitas produknya baik dari segi variasi produk maupun kualitas produknya sehingga konsumen akan tetap melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Melalui koleksi pakaian, Distro Ghany Store mampu memberikan/menyediakan pelayanan yang memuaskan untuk seluruh pelanggan setianya dengan memiliki variasi produk dan kualitas produk yang tidak kalah dengan Distro lainnya. (menurut Kotler & Amstrong (2012:283) Suatu produk dikatakan berkualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

Tabel 1.1

Data Penjualan Pakaian Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang

Tahun 2023

Bulan	Baju (Pcs)	Prbhn (%)	Celana (Pcs)	Prbhn (%)	Jaket (Pcs)	Prbhn (%)	Sendal (Pcs)	Prbhn (%)	Jumlah Pembeli (Orang)	Prbhn (%)
Januari	35		28		17		21		81	
Februari	24	-45%	19	47%	15	-13%	12	-75%	52	-55%
Maret	37	35%	35	45%	11	-36%	14	14%	76	31%
April	35	-5%	39	10%	8	-37%	17	17%	73	-4%
Mei	30	-16%	34	-14%	22	63%	9	-88%	68	-7%
Juni	46	34%	31	-9%	18	-22%	14	35%	84	19%
Juli	62	25%	34	8%	10	-80%	18	22%	90	6%
Agustus	33	-87%	45	24%	12	16%	17	-5%	83	-8%
September	37	10%	25	-80%	21	42%	16	-6%	64	-29%
Oktober	33	-12%	34	26%	10	-110%	18	11%	71	9%
November	42	21%	38	10%	11	9%	19	5%	86	17%
Desember	49	14%	46	23%	17	35%	22	13%	95	9%

Sumber : Distro Ghany Store Oesapa

Berdasarkan data diatas, dapat dianalisis bahwa penjualan Pakaian pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang, pada bulan Januari - Oktober 2023 Distro Ghany Store mengalami peningkatan dan penurunan penjualan, dan pada bulan november dan desember Distro Ghany Store Oesapa mengalami peningkatan penjualan yang cukup tinggi. Dan dilihat dari hasil pendapatan penjualan pakaian diatas, maka distro ghany store Oesapa terus berusaha menciptakan daya saing agar mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dengan cara mengandalkan desain gambar lebih menarik, merek yang

ternama yang banyak dicari orang, serta kualitas yang sangat bagus dan memperbanyak model-

model pakaian terbaru dengan harga jual terjangkau agar membuat para pembeli tertarik pada pakaian distro ghany store oesapa.

Untuk meningkatkan volume penjualan tentunya harus memiliki berbagai strategi agar bisa meningkatkan volume penjualan dan bersaing dengan distro lainnya. Salah satu strategi yang dilakukan yaitu dengan cara meningkatkan kualitas produk dan memberikan diskon pada waktu-waktu tertentu agar dapat menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan Tabel diatas perlu dilakukan penelitian karena masih adanya kesenjangan atau perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Berdsarkan Penelitian Rizal Bakti dan Azma Artika Tiara (2021) Dengan Judul Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Merek Shahla Muslim Syar'i Di Galeri Ummu Afifa Collection .Tujuan penelitan ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian busana muslim merek shahla muslim syar'i di galleri UmmuAfifa Collection. Hasil Uji regresi menunjukkan bahwa 64,7% faktor-faktor keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi produk,kualitas produk dan harga sedangkan sisanya 35,5%dijelaskan oleh vaktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Sedangkan hasil uji F menunjukkan secara simultan variabel variasi produk, kualitas produk dan harga secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil analisis yaitu $F_{hitung} (61,465) > F_{tabel} (2,700)$ serta nilai signifikasinya

di atas 0,05. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil t_{hitung} (8,270) dan variabel harga menunjukkan hasil t_{hitung} (3,777) dimana t_{tabel} (1,984) maka secara parsial kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim merek shahla muslim syar'I di Galleri Ummu Affifa Collection. Adapun variabel variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana muslim merek shahla muslim syar'i.dengan hasil analisis t_{hitung} (1,300) < t_{tabel} (1,984). Variabel yang dominan mempengaruhi keputusan pembelian busana muslim merek shahla syar'i adalah kualitas produk.

Sedangkan Menurut Jessica Clara Lesmana dan Andy (2022) Pengaruh Harga, Variasi dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Produk Pakaian Wanita melalui Shopee di Kota Tangerang. Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) dari ketiga variabel memiliki nilai sebesar 0,534 yang mana membuktikan bahwa variabel-variabel yang diteliti nilai pengaruh yang cukup besar dengan persentase 35,4% terhadap keputusan pembelian konsumen pakaian wanita bergaya korea dan sisanya 46,6% dipengaruhi oleh Faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara keseluruhan menetapkan kesimpulan pembahasan diatas dapat dilihat berdasarkan nilai hasil dari f_{hitung} yang sebesar 44,280 yang mana nilainya lebih besar dari f_{tabel} yang sebesar 2,68 sehingga persamaan regresinya adalah. $Y=9,602+0,123X_1+0,272X_2+0,324X_3$ menyatakan bahwa tiga variabel yang diteliti yaitu harga, variasi, dan kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

konsumen pada produk pakaian wanita bergaya korea melalui marketplace shopee.

Berdasarkan uraian tersebut Peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: **Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang.**

1.3. Persoalan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka persoalan penelitian dalam penelitian ini adalah

- a. Apakah Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pakaian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang?
- b. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Pakaian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang?
- c. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang?

1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian Pakaian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pakaian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pakaian Pada Distro Ghany Store Oesapa Kota Kupang

1.4.2 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat bermanfaat untuk memperluas wawasan dalam bidang yang diteliti dan memperdalam pengetahuan.

- b. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan sumber referensi bagi Mahasiswa Prodi Manajemen UKAW