

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Meningkatnya pertumbuhan industri sandal di Indonesia ternyata cukup di dominasi oleh sandal yang telah memiliki brand ternama. Sejak beberapa tahun yang lalu, perkembangan bisnis bidang sandal mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan meski sempat terpengaruh oleh kondisi krisis ekonomi. Perkembangan tersebut, dapat dilihat dari industri sandal yang bermunculan. Industri sandal tetap berjalan meski daya beli masyarakat mengalami penurunan.

Selain omsetnya yang relatif stabil, jumlah pelaku bisnis di bidang sandal juga mengalami pertumbuhan yang cukup positif. Saat ini berbagai macam produk sandal mulai diinovasikan menjadi aneka model dan desain yang ditawarkan pelaku usaha untuk memanjakan para konsumennya. Bahkan sekarang banyak pengusaha yang berhasil mengembangkan usahanya menjadi industri sandal berdasarkan pesanan customer secara langsung.

Kompetisi industri sandal di Indonesia sangat ketat karena setiap produsen senantiasa berupaya untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Pada dasarnya semakin banyak pesaing maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari perubahan tersebut adalah pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang ditawarkan oleh produsen.

Oleh karena itu, setiap usaha sandal harus bisa memahami keinginan dari para pelanggan dalam proses pengambilan keputusan. Elemen-elemen penting yang terkandung dalam perilaku konsumen harus dipahami dengan baik. Elemen tersebut antara lain minat beli dan proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik yang melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Pengambilan keputusan berkaitan dengan apa saja yang menjadi bahan pertimbangan orang dalam keputusan pembelian produk dan siapa yang memegang peranan dalam proses pengambilan keputusan pembelian produk.

Setiap produsen sandal dituntut untuk memahami perilaku konsumen dan mencermati perubahannya, terutama perilaku konsumen dalam minat beli dan keputusan pembelian suatu produk. Produsen tidak dapat mengabaikan pendapat atau masukan dari konsumen mengenai bauran pemasaran. Keberadaan konsumen mempunyai pengaruh pada pencapaian tujuan akhir perusahaan, yaitu perolehan laba melalui pembelian produk.

Manajemen produsen sandal harus mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk. Sebagaimana yang dijelaskan Cahyono (2011) komponen dasar atau unsur-unsur dalam bauran pemasaran, yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi atau yang biasa disebut dengan 4p (product, price, promotion, dan place) harus dipahami oleh manajemen produsen sandal.

Berdasarkan pengamatan penulis di lapang, kualitas sandal Homyped yang ditawarkan kepada konsumen sangat rendah jika dibandingkan dengan produk

sandal merek lain yang harganya relatif murah. Selain itu, daya tahan sandal yang ditawarkan ke konsumen juga sangat rendah sehingga banyak konsumen yang lebih memilih untuk membeli produk lain.

Menurut hasil pengamatan tersebut juga didukung oleh data penjualan produk sandal Homyped yang setiap bulan semakin menurun karena semakin rendahnya minat konsumen untuk memilih produk sandal Homyped. Berdasarkan laporan penjualan pada tahun 2016 dapat diketahui bahwa penjualan Homyped mengalami trend penurunan. Usaha tersebut sangat menarik untuk dikaji karena produsen sandal yang menawarkan sandal dan segala variannya juga mengalami fluktuasi pangsa pasarnya.

Berikut ini tabel penjualan sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo :

Tabel 1.1 Tabel Penjualan Sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo  
2016

BULAN	UNIT
Januari	1.217 unit
Februari	1.021 unit
Maret	987 unit
April	998 unit
Mei	878 unit
Juni	923 unit
Juli	854 unit
Agustus	812 unit
September	797 unit
Oktober	886 unit
November	821 unit
Desember	764 unit

Sumber : Data Penjualan Sandal Homyped Mall Ramayana Sidoarjo Bulan Januari – Desember 2016

Berdasarkan tabel 1.1 maka dapat diketahui bahwa pada awal tahun Januari 2016 sandal Homyped mampu terjual 1.217 unit namun dua bulan berturut turut mengalami penurunan sampai dengan 987 unit. Di bulan April sampai dengan Desember 2016 penjualan sandal Homyped mengalami fluktuasi yang cenderung menurun. Jika dihitung penurunan penjualan dari Januari sampai dengan Desember 2016 sebanyak 453 unit.

Adanya tren penurunan penjualan tersebut sangat menarik untuk dikaji. Mengapa terjadi penurunan pembelian. Berdasarkan teori, maka penurunan penjualan ini ada kaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Adapun keputusan pembelian konsumen yang mengalami penurunan dalam memilih sandal tidak terlepas dari pengaruh oleh kualitas produk, dan harga yang dinamis. Kualitas produk dan harga bisa berubah seiring persepsi konsumen dalam merespon produk yang ditawarkan oleh perusahaan sandal.

Kotler dan Amstrong (2014:231) menyatakan bahwa kualitas produk adalah “the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need”, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Jadi ketika konsumen puas dengan kualitas produk yang diterima maka konsumen akan melakukan pembelian.

Menurut Rafiq dan Ahmed dalam Kurniawan (2012) menyatakan bahwa harga suatu produk akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian suatu barang. Jika konsumen merasa produk yang ditawarkan sesuai

dengan harga yang harus dibayarkan maka konsumen akan cenderung untuk memutuskan pembelian.

Adanya kualitas produk dan harga yang baik maka akan memberikan alternatif kepada pembeli untuk memilih sandal Homyped. Sebagaimana yang disampaikan oleh Schiffman dan Kanuk (dalam Sumarwan, 2011:357) yang berpendapat bahwa keputusan merupakan pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka harus memiliki pilihan alternatif. Tentu yang diharapkan adalah pembeli akan memutuskan untuk memilih sandal Homyped.

Dengan demikian, brand sandal Homyped perlu untuk mengetahui dan memahami secara jelas faktor apa yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harapannya manajemen sandal Homyped mampu memperbaiki strategi pemasarannya untuk meningkatkan omset penjualan dan kuantitas pelanggan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengkaji produk sandal Homyped yang berada di Mall Ramayana Sidoarjo, mulai dari kualitas produk dan harganya.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti mengangkat penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo.”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas berikut ini rumusan masalah dalam penelitian ini :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo?

## 1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo
2. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk :

1. Untuk Perusahaan

Bagi manajemen sandal Homyped di Mall Ramayana penelitian ini sebagai masukan dalam mengembangkan usahanya.

2. Untuk Lembaga

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi dan

sebagai pembanding untuk penelitian sejenis lainnya.

### 3. Untuk Peneliti

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori yang telah dipelajari di bangku kuliah dengan kenyataannya pada produk Sandal Homyped di Mall Ramayana Sidoarjo.