

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di zaman persaingan bisnis teknologi yang semakin canggih menuntut bahkan pemasar yang menjual produk dalam bentuk produk dan layanan perlu memenuhi kebutuhan pelanggan mereka dan memberikan nilai yang lebih baik daripada pesaing mereka. Pemasar perlu bekerja untuk mempengaruhi konsumen dengan segala cara, sehingga konsumen ingin membeli produk yang mereka tawarkan. Sebagai aturan, konsumen yang menolak hari ini tidak serta-merta menolak keesokan harinya, jadi menyediakan produk-produk berkualitas tinggi dengan harga bersaing di pasar menciptakan persaingan.

Ketika tingkat kehidupan masyarakat meningkat, begitu pula kebutuhan masyarakat akan produk. Ini mempengaruhi apa yang terjadi ketika Anda memilih barang yang ingin Anda beli, atau apa yang paling tepat dan benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan Anda.

Produk-produk berkualitas tinggi dengan harga kompetitif adalah kunci untuk memenangkan persaingan dan dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen dihadapkan pada beragam pilihan tentang produk dan layanan yang mereka beli, dan permintaan akan nilai dan keanekaragaman sekarang jauh lebih besar. Dalam hal ini, bisnis yang cerdas membutuhkan pemahaman menyeluruh tentang proses pengambilan keputusan konsumen.

semua pengalaman dalam mempelajari, memilih, dan menggunakan produk. Proses alternatif dan pengambilan keputusan melibatkan niat pembelian konsumen “niat beli”. Preferensi konsumen di sini sangat berpengaruh, karena kualitas harus diukur dari perspektif konsumen tentang kualitas produk itu sendiri. Oleh karena itu, mengendalikan kualitas suatu produk memerlukan penyesuaian dengan aplikasi yang diinginkan konsumen.

Kuncinya di sini adalah untuk mempertahankan output produk yang konsisten pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan konsumen”. Kualitas produk adalah Kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya. Fitur-fitur ini termasuk daya tahan, keandalan, akurasi yang dihasilkan, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut berharga di seluruh produk. Harga, kualitas produk, desain, fungsi, layanan. Konsumen dapat membeli suatu produk, memutuskan bahwa itu dapat diandalkan, dan menganggapnya sebagai opsi yang layak.

Kualitas produk, di sisi lain, mengacu pada produk dari perspektif konsumen berdasarkan pengalaman atau serangkaian transaksi atau interaksi yang ditandai, seperti keandalan, kecepatan koneksi jaringan, kemudahan transaksi layanan, dan peningkatan produk. Kesadaran akan kemampuan untuk melakukan fungsi, dan atribut berharga lainnya. Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik melalui ciri-ciri luar (*design*) produk maupun inti (*core*) produk itu sendiri”. dan berikut ini data penjualan pada Toko R-Style Tahun 2019 pada bulan Juni sampai dengan September yang mengalami penurunan akibat dari menurunnya kualitas produk yang dijual terhadap minat beli konsumen.

Tabel 1. Data Penjualan Toko R-Style bulan Juni – September 2019

Bulan	Data Penjualan	Jumlah (pcs)
Juni	33.500.000	220
Juli	51.200.000	340
Agustus	20.500.000	136
September	28.200.000	188
Total	133.400.000	884

Sumber: Data diolah dari Toko R-Style 2019.

Dari hasil data peneliti yang diperoleh, dapat dijelaskan pada bulan Juni data penjualan mencapai pada angka Rp 33.500.000 atau terjual 220 pcs, sedangkan pada bulan Juli mengalami peningkatan sebesar Rp 51.200.000 atau 340 (pcs), pada bulan agustus penjualan mengalami penurunan yang mencapai 20.500.000, dan di bulan September sedikit mengalami peningkatan dalam penjualan yaitu Rp 28.200.000, dari fenomena yang dialami oleh peneliti. Dalam membeli produk yang untuk dijual kembali kepada konsumen, harus lebih mementingkan kualitas produknya supaya minat beli konsumen pada Toko baju R-Style tetap stabil dan tidak bergejolak. Dari hasil riset yang peneliti alami tertarik mengambil judul skripsi yaitu: **“Pengaruh kualitas produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Grosir R-Style di Kota Metro”**

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Menurunnya kualitas produk yang dibeli pada Toko Grosir R-Style membuat minat beli konsumen semakin rendah yang mengakibatkan menurunnya data penjualan selama 4 bulan.

2. Perumusan Masalah

Mengingat konteks dan identifikasi masalah yang diuraikan, topik utama diskusi dalam skripsi ini adalah, antara lain:

Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang ada di Toko Grosir R-Style?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini berdasarkan rumusan masalah yang ada, antara lain:

Untuk mengetahui besaran pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang ada di Toko Grosir R-Style di Kota Metro?

D. Kegunaan Penelitian

1. Adapun Kegunaan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui secara signifikan besaran pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen yang ada di Toko Grosir R-Style di Kota Metro.
2. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dalam merumuskan strategi pencapaian yang baik dan profesional dengan lebih melakukan peningkatan dalam manajemen pemasaran.

3. Penulis dapat menambah wawasan pemikiran mereka dan memberikan pengalaman berharga dalam menerapkannya pada situasi dunia nyata.
4. Untuk pembaca, dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran di dunia kerja yang efektif dan efisien.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan penjelasan diskusi yang jelas dan singkat dalam riset penelitian ini, tulisan dibagi menjadi lima bab diskusi berikut ini:

BAB I. PENDAHULUAN

Diuraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. KAJIAN TEORITIK

Kami membahas penelitian teori, kerangka berpikir, studi sebelumnya, kerangka kerja konseptual, dan hipotesis penelitian yang digunakan untuk membantu dalam penulisan skripsi ini.

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini dikemukakan tentang jenis dan sumber data, lokasi dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisa data.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP