

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Sepanjang periode evolusi ini telah membawa penyesuaian pada dunia industri. Hal ini timbul akibat persaingan sengit yang muncul sehingga memaksa perusahaan untuk saling bertarung agar dapat bertahan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Rencana pemasaran yang kuat sangat penting untuk mengelola bisnis secara menguntungkan dan efisien di masa persaingan industri yang semakin meningkat. Bisnis harus memahami tren pasar dan perilaku pelanggan untuk mencapai tujuan mereka dalam menyediakan barang dan jasa berkualitas tinggi kepada klien.

Dalam operasi pemasaran, penjual berusaha keras untuk menyediakan barang berkualitas tinggi. Agar perusahaan mampu bersaing, dibutuhkan tenaga kerja yang berkualitas, kreatif, dan mampu merespons tren yang sedang berkembang sehingga bisnis dapat menyediakan barang dengan biaya dan kualitas yang sesuai dengan semua demografi.

Karena begitu banyak usaha komersial dan perusahaan yang membutuhkan jasa percetakan atau barang untuk pemasaran, industri percetakan memiliki banyak potensi. Tidak menutup kemungkinan industri percetakan akan tumbuh lebih cepat dan menarik perhatian kaum milenial. Industri percetakan semakin berkembang, yang tentu saja meningkatkan persaingan karena perusahaan berusaha keras untuk menyediakan barang dengan kualitas terbaik yang dapat bersaing di pasar Indonesia.

Karena pentingnya peran perusahaan industri di Indonesia, semakin banyak perusahaan industri baru yang bermunculan. Untuk terus berada diposisi teratas dalam persaingan dan mencapai tujuan perusahaan, bisnis harus selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

Jenis produk yang dijual House Label Bandung:

**Tabel 1.1**  
**Produk House Label Bandung**

| No | Jenis Produk              | Ukuran     | Jumlah Unit | Harga      |
|----|---------------------------|------------|-------------|------------|
| 1  | <i>Hang Tag Ivory</i>     | 700 GSM    | 100 Lusin   | Rp.399.000 |
| 2  | Plastik <i>Polymailer</i> | 17 x 30 cm | 500 pcs     | Rp.300.000 |
| 3  | Label Saten/Merek         | 1,3 cm     | 1 roll      | Rp.130.000 |
| 4  | Label Akrilik             | 1 x 3 cm   | 500 pcs     | Rp.400.000 |
| 5  | Plastik <i>Zipper</i>     | 15 x 10 cm | 500 pcs     | Rp.450.000 |
| 6  | <i>Woven Damask</i>       | 2,5 x 4 cm | 100 Lusin   | Rp.580.000 |

Sumber: House Label Bandung (2024)

Terlihat dari tabel 1.1 diatas bahwa House Label Bandung menawarkan jenis produk yang beragam. Harga adalah faktor utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika membuat pilihan tentang apa yang akan dibeli. Kotler dan Amstrong (2016:151) mengemukakan harga merupakan bagian dari besaran dana yang dibayarkan guna barang atau jasa yang diperdagangkan konsumen sebagai imbalan atas keuntungan, kepemilikan, kemampuan untuk memanfaatkan barang dan jasa. Saat mencari suatu produk, pembeli terutama memikirkan harga baik tinggi maupun rendah, sehingga harga yang diberikan kepada mereka harus dipikirkan dengan cermat. Sebelum melakukan pembelian atau memanfaatkan suatu layanan. Metode penetapan harga juga mempunyai dampak yang signifikan terhadap pemasaran dan penjualan suatu produk berdasarkan perilaku pelanggan.

Kualitas produk adalah faktor lain, diluar harga, yang dapat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Kotler dan Keller (2016:156) atribut mencerminkan kualitas keseluruhan suatu produk mengacu pada aspek produk serta jasa yang memengaruhi pada kapasitasnya permintaan eksplisit atau implisit. Kualitas produk sebagai variabel yang mungkin berdampak pada keputusan pembelian pelanggan sehingga dapat dimunculkan atau disediakan untuk memenuhi harapan konsumen. Jika pelanggan menyadari standar kualitas produk House Label Bandung yang tinggi, mereka akan mampu mempertahankan kenaikan harga yang signifikan dalam pembelian mereka.

**Tabel 1.2**  
**Data penjualan House Label Bandung**

| No | Bulan/Tahun       | Jumlah Unit Terjual   | Data Penjualan | Target Penjualan |
|----|-------------------|---|----------------|------------------|
| 1  | September<br>2023 | a. Plastik <i>Polymailer</i> 20.500 pcs<br>b. Label Akrilik 15.300 pcs<br>c. Plastik <i>Zipper</i> 20.000 pcs<br>d. Label Saten/merek 80 roll   | Rp.52.981.500  | Rp.70.000.000    |
| 2  | Oktober 2023      | a. <i>Hang Tag Ivory</i> 2.000 lusin<br>b. Plastik <i>Polymailer</i> 25.000 pcs<br>c. Label Akrilik 20.500 pcs<br>d. <i>Woven Damask</i> 2.500 lusin<br>e. Plastik <i>Zipper</i> 13.050 pcs | Rp.58.467.632  | Rp.70.000.000    |
| 3  | November<br>2023  | a. Plastik <i>Polymailer</i> 28.900 pcs<br>b. Label saten/merek 110 roll<br>c. Label Akrilik 23.500 pcs<br>d. <i>Woven Damask</i> 1.000 lusin   | Rp.56.429.775  | Rp.70.000.000    |
| 4  | Desember<br>2023  | a. <i>Hang Tag Ivory</i> 2.500 lusin<br>b. Label saten/merek 105 roll<br>c. Label Akrilik 25.350 pcs<br>d. Plastik <i>Zipper</i> 12.690 pcs   | Rp.55.326.400  | Rp.70.000.000    |

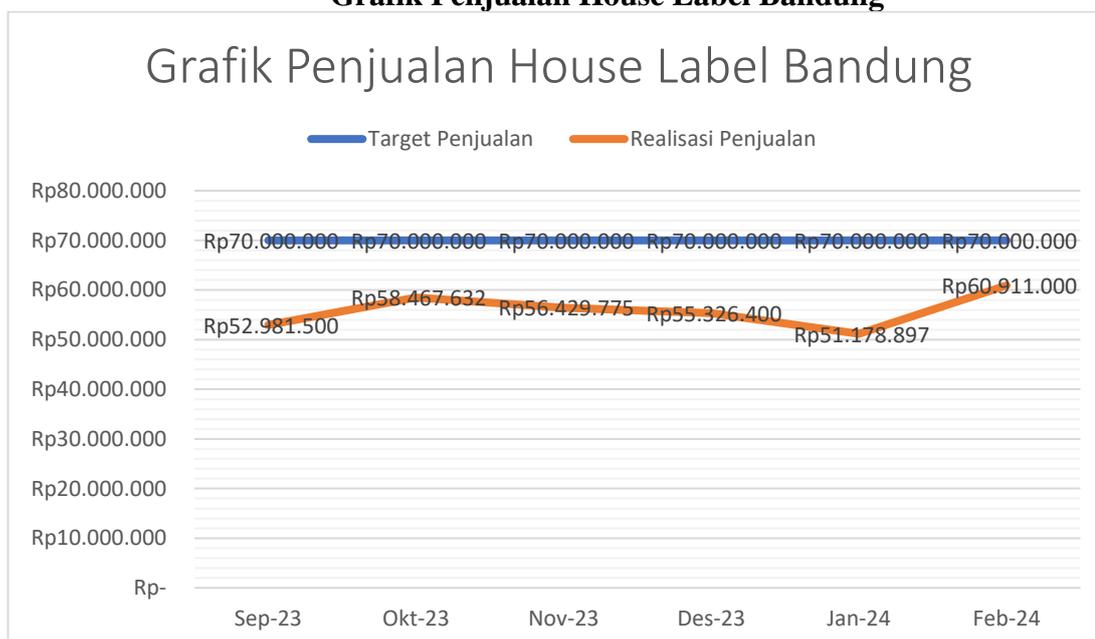
| No | Bulan/Tahun   | Jumlah Unit Terjual  | Data Penjualan | Target Penjualan |
|----|---------------|--|----------------|------------------|
| 5  | Januari 2024  | a. Plastik <i>Polymailer</i> 30.300 pcs<br>b. Label saten/merek 85 roll<br>c. <i>Woven Damask</i> 2.000 lusin<br>d. Plastik <i>Zipper</i> 11.498 pcs                               | Rp.51.178.897  | Rp.70.000.000    |
| 6  | Februari 2024 | a. Plastik <i>Polymailer</i> 28.550 pcs<br>b. Label saten/merek 78 roll<br>c. Label Akrilik 15.750 pcs<br>d. <i>Woven Damask</i> 2.500 lusin<br>e. Plastik <i>Zipper</i> 7.267 pcs | Rp.60.911.000  | Rp.70.000.000    |

Sumber: House Label Bandung (2024)

Terlihat dari Tabel 1.2 temuan data penjualan House Label Bandung bahwa terjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah data penjualan pada bulan Februari 2024. Namun berbanding terbalik pada bulan Januari 2024 volume penjualan mengalami penurunan dikarenakan berbagai faktor, salah satunya adalah bertepatan dengan tahun baru yang dimana proses produksi terhambat dengan adanya libur bagi pekerja.

Tentunya untuk bisa bersaing dibutuhkan berbagai teknik untuk mendongkrak volume penjualan. Meningkatkan kualitas produk dan menawarkan potongan harga terkadang merupakan dua taktik yang digunakan untuk menarik perhatian pelanggan.

**Gambar 1.1**  
**Grafik Penjualan House Label Bandung**



Sumber: House Label Bandung (2024)

Data yang ada pada gambar 1.1 terlihat jelas antara realisasi penjualan dan target penjualan House Label Bandung selalu tidak tercapai yang mengindikasikan kurangnya kualitas produk serta harga, sehingga memengaruhi keputusan pembelian. Agar House Label Bandung dapat mencapai realisasi penjualan yang ditargetkan, perlu dicari solusi permasalahan tersebut.

Berdasarkan ringkasan yang diberikan di atas, penulis ingin menganalisis lebih menyeluruh perihal kualitas produk dan harga memengaruhi keputusan yang diambil saat melakukan pembelian. Studi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk House Label Bandung”.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan berikut ini ditetapkan sebagai fokus utama penyelidikan, mengacu penjelasan latar belakang permasalahan yang diberikan sebelumnya:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Mengenai permasalahan yang sudah diketahui, berikut tujuan yang diharapkan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk House Label Bandung.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Berikut merupakan kegunaan yang diinginkan dari penelitian ini:

- a. Kegunaan Teoritis

Dalam penelitian ini diyakini dapat menghadirkan kontribusi pada mata kuliah manajemen pemasaran dan perilaku konsumen dalam ilmu administrasi bisnis.

b. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini dimaksudkan agar dunia usaha dapat menemukan nilai dalam temuan penelitian sebagai data yang perlu dipertimbangkan ketika mengambil pilihan keputusan terkait pembelian produk atau jasa. Bagi peneliti masalah ini dapat membantu lebih memahami isu-isu yang berkaitan dengan keputusan pembelian dalam penerapannya di lapangan.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. BAB I PENDAHULUAN, memberikan penjelasan perihal latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan, sistematika penulisan, lokasi penelitian, dan waktu penelitian.
- b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, menguraikan penelitian baik teoritis maupun non teoritis membahas tentang teori kualitas produk, harga, keputusan pembelian, dan penelitian terdahulu yang relevan yang menjadi kerangka acuan penulis, kerangka pemikiran dan hipotesis.
- c. BAB III METODE PENELITIAN, jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasional variabel, populasi dan sampel, metodologi pengumpulan dan analisis data, uji validitas dan reliabilitas semuanya tercakup dalam penjelasan bab ini tentang metodologi penelitian.
- d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, data-data diperoleh meliputi objek penelitian, temuan pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian diuraikan dan dianalisis.
- e. BAB V PENUTUP, menjelaskan simpulan akhir penelitian serta rekomendasi berdasarkan penelitian untuk perbaikan proses penelitian kedepannya.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berdomisili diperusahaan House Label Jl. Pasantren Dalam, Jamika, Kec. Bojongloa Kaler, Kota Bandung.

### 1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian dari Mei 2024 hingga Agustus 2024.

**Tabel 1.3**  
**Waktu penelitian**

| No | Kegiatan                     | Waktu penelitian |              |              |                 |
|----|------------------------------|------------------|--------------|--------------|-----------------|
|    |                              | Mei<br>2024      | Juni<br>2024 | Juli<br>2024 | Agustus<br>2024 |
| 1  | Riset Topik                  |                  |              |              |                 |
| 2  | Menentukan Judul Penelitian  |                  |              |              |                 |
| 3  | Menyusun Proposal Penelitian |                  |              |              |                 |
| 4  | Sidang Proposal Penelitian   |                  |              |              |                 |
| 5  | Pengambilan Data             |                  |              |              |                 |
| 6  | Mengolah dan Analisis Data   |                  |              |              |                 |
| 7  | Menyusun Skripsi             |                  |              |              |                 |
| 8  | Sidang Skripsi               |                  |              |              |                 |