

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif menjadi salah satu aspek industri kreatif di Indonesia, saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia secara signifikan. Ekonomi kreatif mampu membangkitkan perekonomian suatu negara sesuai dengan program Departemen Perdagangan Republik Indonesia, kegiatan ekonomi kreatif bertujuan untuk meningkatkan sektor perekonomian skala nasional, dengan adanya program dari ekonomi kreatif ini diharapkan Indonesia dapat memiliki daya saing dengan negara lain, khususnya untuk menghadapi persaingan perdagangan bebas di wilayah Asean. Ekonomi kreatif di Indonesia semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi sehingga mendorong sektor - sektor industri kreatif untuk terus berinovatif dalam menjalankan kegiatan perekonomian.

Kota Bandung adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki potesial sebagai kota kreatif yang cukup besar, sejak zaman dahulu Kota Bandung di kenal sebagai pusat kuliner, *fashion*, budaya, dan wisata. Hal-hal tersebut mendukung misi Kota Bandung menjadi kota ekonomi kreatif. Bahkan terakhir industri ekonomi kreatif di Kota Bandung menunjukan perkembangan yang sangat signifikan dan sangat berkontribusi dalam kesejahteraan pendapatan daerah. Selain itu pada tahun 2014 lalu Kota Bandung direncanakan sebagai *pilot project* kota kreatif Seasia Timur, dimana Kota Bandung akan menjadi titik sentral pada perkembangan ekonomi masa depan yang berbasis industri kreatif menurut Dinas Perindustrian

dan Perdagangan Kota Bandung. Pemilihan tersebut bukan tanpa alasan, mengingat sudah beberapa puluh tahun terakhir industri ekonomi kreatif di Kota Bandung menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan dan sangat berkontribusi dalam kesejahteraan pendapatan daerah. Kota Bandung memiliki banyaknya bidang ekonomi kreatif terutama pada dibidang *fashion* dan *style*.

Kota Bandung memiliki pusat perbelanjaan *fashion* yang cukup banyak, fenomena tersebut tentunya terjadi karena adanya dukungan dari pemerintah, peranan industri kreatif lainnya, teknologi yang semakin canggih, setra arus informasi yang semakin cepat. Kemajuan industri *fashion* di Kota Bandung tentu tidak terlepas dari peranan industri kreatif lainnya. Berikut data kontribusi subsector industri kreatif di Kota Bandung 2020-2022:

Tabel 1. 1

Data Kontribusi Subsector Industri Kreatif Kota Bandung Terhadap PDRB Tahun 2020 Sampai Tahun 2022

No	Industri Kreatif	2020	%	2021	%	2022
		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB
1	Periklanan	Rp. 7.886.350.114	6,2%	Rp. 8.305.034.367	5,87%	Rp. 8.375.175.655
2	Arsitektur	Rp. 3.806.298.457	3,0%	Rp. 4.134.446.695	2,92%	Rp. 6.225.133.775
3	Pasar dan Barang seni	Rp. 1.268.766.152	1,0%	Rp. 1.343.794.235	0,95%	Rp. 1.948.919.354
4	Kerajinan	Rp. 18.904.615.669	14,9%	Rp. 20.159.598.596	14,26%	Rp. 22.048.883.301
5	kuliner	Rp. 52.019.412.243	41,0%	Rp. 54.824.179.411	38,77%	Rp. 55.283.989.793
6	Desain	Rp. 4.313.804.918	3,4%	Rp. 3.552.989.562	2,49%	Rp. 5.159.272.294
7	Fashion	Rp. 21.569.024.589	17,0%	Rp. 26.978.565.459	19,08%	Rp. 27.696.394.656
8	Film, Vidio dan Animasi	Rp. 1.268.766.152	1,0%	Rp. 2.343.794.325	1,66%	Rp. 2.876.615.228
9	Fotografi	Rp. 253.753.230	0,2%	Rp. 392.767.741	0,28%	Rp. 375.517.665
10	Permainan Interaktif	Rp. 380.629.846	0,3%	Rp. 430.401.707	0,30%	Rp. 882.320.302
11	Musik	Rp. 4.313.804.918	3,4%	Rp. 6.814.284.628	4,82%	Rp. 7.016.248.195

No	Industri Kreatif	2020	%	2021	%	2022
		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB		Kontribusi PDRB
12	Seni Pertunjukan	Rp. 126.876.615	0,1%	Rp. 237.392.321	0,17%	Rp. 238.467.644
13	Penerbitan dan Percetakan	Rp. 3.045.038.765	2,4%	Rp. 2.685.870.805	1,90%	Rp. 4.168.035.673
14	Layanan Komputer dan Peranti Lunak	Rp. 1.141.889.537	0,9%	Rp. 2.036.827.023	1,44%	Rp. 2.303.270.726
15	Televisi dan Radio	Rp. 2.156.902.459	1,7%	Rp. 1.963.499.620	1,39%	Rp. 3.918.260.739
16	Aplikasi dan Game Developer	Rp. 4.440.681.533	3,5%	Rp. 5.288.749.145	3,70%	Rp. 7.236.925.139
Total		Rp. 126.876.615.228	100%	Rp. 141.402.195.550	100%	Rp. 445.783.430.193

Sumber: www.kemenkraf.go.id

Berdasarkan Tabel 1.1 ketiga jenis industri kreatif yang paling tinggi PDRB-nya yaitu kuliner, *fashion*, dan kerajinan, dengan fenomena tersebut dapat diindikasikan bahwa industri kreatif memiliki pangsa pasar dan peluang besar bagi para pelaku usaha, dengan besarnya pangsa pasar dan peluang tersebut maka terdapat persaingan yang sangat ketat di antara para pelaku usaha dalam ketiga jenis industri kreatif tersebut. Pelaku usaha begitu banyak bermunculan dan saling menarik konsumen dengan strategi-strategi yang saling berbeda dan bahkan sama, berikut jumlah pelaku usaha pada tiga subsector yang memiliki kontribusi PDRB tertinggi di Kota Bandung tahun 2020-2022:

Tabel 1. 2

Jumlah Pelaku Usaha Pada Tiga Subsector Yang Memiliki Kontribusi PDRB Tertinggi Di Kota Bandung Tahun 2020-2022

Subsector	Jumlah Peleku Usaha				
	2020	Kenaikan (%)	2021	Kenaikan (%)	2022
Fashion	2030	7,69%	2186	2,56%	2242
Kerajinan	1053	22,89%	1295	8,8%	1409
Kuliner	835	31,26%	1.096	16,24%	1.274

Sumber: Dinas KUMKM dan Perindag Kota Bandung,2023

Berdasarkan Tabel 1.2 Pelaku usaha jenis *fashion* memiliki jumlah pelaku usaha yang paling tinggi, hingga tahun 2022, dengan jumlah pelaku usaha 2.224. Akan tetapi pada persentase perkembangannya cukup rendah pada tahun 2020 sampai tahun 2021 hanya 7,69% dan pada tahun 2021 sampai tahun 2022 hanya 2,56%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha dalam bidang *fashion* terbilang rendah dalam berkembang, sehingga hal ini yang membuat penulis tertarik mengambil penelitian pada industri *fashion* untuk mengetahui lebih lanjut tentang permasalahan yang sedang terjadi.

Tingginya pelaku usaha bidang *fashion* di Kota Bandung data ini meliputi tiga jenis usaha *fashion* dengan persentasi kenaikan di setiap tahunnya, berikut ini Tabel jenis usaha *fashion* di Kota Bandung tahun 2020-2022:

Tabel 1. 3
Jenis Usaha Fashion di Kota Bandung Tahun 2020-2022

Jenis Usaha	Tahun 2020	Kenaikan (%)	Tahun 2021	Kenaikan (%)	Tahun 2022
Pakaian	983	3,76%	1020	2,84%	1049
Aksesoris	579	5,18%	609	13,80%	693
Gaya Hidup	468	8,33%	507	17,15%	594

Sumber: Bandung Fashion Society,2023

Dari Tabel 1.3 jenis usaha *fashion* di Kota Bandung seperti pakaian, aksesoris, dan gaya hidup mengalami kenaikan setiap tahunnya, jenis usaha pakaian memiliki persentase yang cukup rendah kenaikan setiap tahunnya di bandingkan

dengan jenis usaha *fashion* lainnya. Kenaikan persentasi dari tahun 2020 hingga 2021 sebesar 3,78% sedangkan kenaikan pada persentase 2021 hingga 2022 mengalami penurunan dengan jumlah persentase 2,28%.

Hal tersebut mengindikasikan pelaku usaha di bidang industri *fashion* dengan jenis usaha pakaian terbilang rendah dalam perkembangannya, berdasarkan hal tersebut penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian pada bidang *fashion* jenis pakaian. Berikut ini jumlah dan jenis pakaian di Kota Bandung pada tahun 2020-2022:

Tabel 1. 4
Jumlah dan Jenis Pakaian di Kota Bandung Tahun 2020-2022

Jenis Pakaian	Jumlah Pelaku Usaha				
	Tahun 2020	Kenaikan (%)	Tahun 2021	Kenaikan (%)	Tahun 2022
Laki-Laki	391	2,55%	401	1,99%	409
Perempuan	254	2,82%	364	2,74%	374
Unisex	238	7,14%	255	4,31%	266
Total	983		1020		1049

Sumber: Bandung Fashion Society, 2023

Berdasarkan Tabel 1.4 jumlah dan jenis pakaian di Kota Badnung tahun 2020-2021, jenis pakaian meliputi tiga kategori yaitu jenis pakaian laki laki, jenis pakaian perempuan dan jenis pakaian *unisex*. Jenis pakaian pakaian dengan persentase kenaikan tertinggi setiap tahunnya adalah jenis pakaian unisex dengan persentase pada tahun 2020 hingga 2021 sebesar 7,14% dan tahun 2021 hingga 2022 sebesar 4,32%.

berdasarkan uraian diatas dengan kenaikan persentasi setiap tahunnya dari jenis pakaian di Kota Bandung. Berikut jenis usaha industri pakaian di Kota Bandung tahun 2020-2022:

Tabel 1. 5
Jenis Industri Pakaian di Kota Bandung Tahun 2022

Jenis Usaha	Tahun 2020	Kenaikan (%)	Tahun 2021	Kenaikan (%)	Tahun 2022
<i>Distro</i>	595 Gerai	6%	631 Gerai	4,91%	662 Gerai
<i>Factory Outlet</i>	98 Gerai	6,12%	104 Gerai	6,73%	111 Gerai
<i>Clothing</i>	188 Gerai	10,69%	208 Gerai	5,28%	219 Gerai
<i>Departmen store</i>	29 Gerai	6,89%	31 Gerai	6,45%	33 Gerai
Total	910 Gerai		974 Gerai		1025 Gerai

Sumber: Bandung Fashion Society,2023

Dari Tabel 1.5 terdapat empat jenis usaha pada bidang industry pakaian di Kota Bandung tahun 2020-2022 yaitu *distro*, *factory outlet*, *clothing*, dan *Departmen Store*. *Distro* merupakan jenis usaha yang memiliki peningkatan dengan jumlah terbanyak dari 2020-2022 dengan jumlah gerai sebanyak 662 di Kota Bandung. *Distro* merupakan singkatan dari *distribution store*, *distro* pertama kali ada sekitar pertengahan tahun 1990-an di Kota Bandung, berawal dari beberapa brand indie yang menjual pakaian dan aksesoris yang biasanya diproduksi sendiri ataupun mendapatkan dari suplayer.

Distro pada umumnya termasuk dalam kategori industri kecil atau menengah (IKM) dengan merek *independent*. Berikut jumlah *distro* di Kota Bandung tahun 2020-2022:

Tabel 1. 6
Jumlah Distro di Kota Bandung Tahun 2020-2022

Tahun	Jumlah Distro	Persentase
2020	595 Gerai	↑ 6%
2021	631 Gerai	↑ 5,7%
2022	663 Gerai	↑ 4,8%

Sumber: Bandung Fashion Society,2023

Berdasarkan Tabel 1.6 jumlah distro di Kota Bandung tahun 2020 mencapai 595 gerai dengan persentase kenaikan 6% pada tahun 2021 jumlah distro menjadi 631 dan kenaikan 5,7% pada tahun 2022 menjadi 663 gerai dan kenaikan 4,8% di Kota Bandung.

Dengan fenomena tersebut dapat di indikasikan bahwa terdapat pangsa pasar yang besar, banyaknya bermunculan usaha sejenis dapat mengakibatkan persaingan yang membuat kenaikan persentase pada jenis usaha distro menurun. Pelaku usaha sejenis yang cukup banyak membuat para pelaku usaha untuk membuat suatu hal berbeda dari kompetitor dan menuntut untuk terus melakukan inovasi dari setiap produk, pelayanan promosi dan lain lainnya. Berikut kompetitor distro Jackarmy di Kota Bandung.

Tabel 1. 7
10 Distro Terkenal Di Kota Bandung

No	NAMA BRAND
1	RSCH
2	UNKL347
3	House of Smith

No	NAMA BRAND
4	Bloods
5	3Second
6	Dobujack
7	Screamous
8	Maternal
9	Russ.co
10	Wadezig

Sumber: Data diolah oleh penulis,2024

Dari Tabel 1.7 terdapat 10 distro yang terkenal dibanding, pada urutan pertama yaitu pada brand yang sudah cukup lama di Kota Bandung yaitu RSCH dan pada urutan kedua ada brand UNKL347. Distro Jackarmy tidak termasuk dalam 10 Distro terkenal di Kota Bandung. Fenomena tersebut dapat berpengaruh kepada keputusan pembelian produk distro Jackarmy.

Perusahaan distro saat ini dituntut untuk menentukan rencana pemasaran yang baik guna untuk menghadapi persaingan, dengan persaingan yang semakin ketat sehingga pelaku usaha berupaya memproduksi barang yang sesuai dengan harapan konsumen. Pelaku usaha perlu mempertimbangkan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti kualitas produk dan harga. Berikut ini daftar harga produk distro Jackarmy tahun 2024:

Tabel 1. 8

Daftar Produk dan Harga Distro Jackarmy

No	PRODUK	JACK ARMY	DISTRO LAIN
1	<i>T-Shirt</i>	Rp.88.8000 - Rp.125.000	Rp.50.000 - Rp.75.000
2	<i>Long Sleeve</i>	Rp.93.000 - Rp.98.5000	Rp.59.000 - Rp.85.000
3	<i>Crewneck</i>	Rp.150.000	Rp.90.000
4	<i>Hoodie</i>	Rp.139.800 - Rp.359.550	Rp.99.500 – Rp.160.000
5	<i>Kemeja</i>	Rp.95.000 - Rp.220.150	Rp.74.000 - Rp.150.000
6	<i>BoardShort</i>	Rp.64.750	Rp.43.000

No	PRODUK	JACK ARMY	DISTRO LAIN
7	Sabuk	Rp.85.000	Rp.40.000
8	Dompot	Rp.87.500 - Rp.96.000	Rp.73.000

Sumber: *Data Internal Distro Jackarmy, 2024*

Berdasarkan Tabel 1.8 daftar harga dan produk dari distro Jackarmy dengan perbandingan harga rata-rata kompetitor lainnya. distro Jackarmy merupakan bisnis yang menjual produk *fashion* dengan memproduksi barang sendirim distro Jackarmy merupakan perusahaan yang memproduksi produk dengan mengikuti perkembangan jaman dan permintaan dari konsumen. Harga Jackarmy lebih tinggi karena menawarkan kualitas premium, desain eksklusif, citra brand yang kuat, layanan pelanggan terbaik, serta mencerminkan gaya hidup, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai lebih dibandingkan merek lain. Berikut merupakan daftar harga produk distro Jackarmy tahun 2024. Berikut pendapatan distro Jackarmy periode November 2023-April 2024

Tabel 1. 9

Pendapatan Distro Jackarmy Periode Des 2023-April 2024

BULAN	JUMLAH PENDAPATAN	KENAIKAN/ PENURUNAN (Rp)	(%)
NOVEMBER	Rp. 173.558.859.		
DESEMBER	Rp. 181.833.730.	8.274.871	0,93
JANUARI	Rp. 178.177.456.	-3.656.274	-0,41
FEBRUARI	Rp. 177.602.012	-575.444	-0,06
MARET	Rp. 178.535.361.	933.349	0,10
APRIL	Rp. 175.705.822.	-2.829.539	-0,31
JUMLAH	Rp. 889.707.418.	2.119.963	0.25

Sumber: *Data Internal Distro Jackarmy*

Dari Tabel 1.9 pendapatan distro Jackarmy dapat di indikasikan mengalami ketidakstabilan pada periode November 2023 – April 2024, pendapatan pada bulan Desember mengalami kenaikan yang signifikan sebesar Rp. 8.274.871 disebabkan karena adanya strategi diskon besar-besaran dan promosi seperti voucher yang dilakukan oleh distro Jackarmy, sedangkan penurunan yang terjadi pada bulan November dan April disebabkan kurangnya promosi yang dilakukan hanya pada bulan-bulan tertentu. Fenomena ketidakstabilan membuat penulis tertarik atas penyebab ketidakstabilan pendapatan distro Jackarmy.

Distro Jackarmy perlu memikirkan faktor – faktor penyebab keputusan pembelian, terdapat dua faktor utama dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk dan harga, dengan demikian distro Jackarmy dapat memberikan output yang memenuhi harapan konsumen untuk meningkatkan kepuasan, dan menghindari kekecewaan. Untuk mengetahui penyebab ketidakstabilan pendapatan distro Jackarmy ini peneliti melakukan pra penelitian kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan menyebarkan kuesioner kepada 25 orang konsumen distro Jackarmy. Pentingnya keputusan pembelian bagi perusahaan berdampak besar kepada pendapatan dan penjualan perusahaan. Berikut merupakan jawaban yang diperoleh dari konsumen distro Jackarmy:

Tabel 1. 10
Hasil Pra Penelitian Mengenai Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian						
No	Pernyataan	Persentase				Jumlah
		Ya	%	Tidak	%	
1	Keputusan untuk pembelian distro Jackarmy dilakukan berdasarkan kualitas produk	14	56%	11	44%	100%
2	Keputusan untuk pembelian distro Jackarmy berdasarkan harga yang ditawarkan	13	52%	12	48%	100%
3	Keputusan untuk pembelian distro Jackarmy sesuai dengan kebutuhan	15	60%	10	40%	100%
Rata-rata %		56%		44%		100%

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan Tabel 1.10 hasil pra penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan “Keputusan untuk membeli distro Jackarmy sesuai dengan kebutuhan” sebesar 60%. Beberapa hal dapat dilakukan dengan meningkatkan pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi konsumen, menyediakan variasi produk lebih beragam, serta memastikan bahwa produk yang ditawarkan tetap relevan dengan tren *fashion* terkini. Oleh karena itu, distro harus tetap berinovasi dalam desain produk, memperluas pilihan model dan warna, serta meningkatkan kualitas agar tetap sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sebesar 56% responden menyatakan “Ya” terhadap pernyataan “Keputusan untuk pembelian distro Jackarmy dilakukan berdasarkan kualitas produk”. Sebesar 52% responden menjawab “Ya” terhadap pernyataan “Keputusan untuk pembelian distro Jackarmy berdasarkan harga yang ditawarkan”. Berdasarkan pernyataan – pernyataan tersebut diperoleh hasil rata – rata sebesar 56% responden menjawab “Ya” dan 44%

menjawab “Tidak”. Hal ini menandakan bahwa keputusan pembelian pada distro Jackarmy masih rendah. Oleh karena itu, distro Jackarmy perlu melakukan strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti promosi yang menarik, peningkatan kualitas layanan, serta memperkuat branding agar lebih dikenal dan diminati oleh konsumen.

Menganalisis keputusan pembelian membuat perusahaan mengukur efektivitas usaha pemasaran perusahaan. Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan faktor – faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak dan keputusan itu diambil dari kegiatan – kegiatan sebelumnya (Sulaeman et al., 2021). Berdasarkan pertanyaan diatas, menganalisis keputusan pembelian membantu dalam mengembangkan dan mempertahankan perusahaan terutama pada kualitas produk dengan pertimbangan harga dan juga kebutuhan konsumen untuk meningkatkan pembelian produk.

Tabel 1. 11
Hasil Pra Penelitian Mengenai Kualitas Produk Terhadap Keputusan
Pembelian

Kualitas Produk						
No	Pernyataan	Persentase				Total
		Ya	%	Tidak	%	
1	Model Fashion Produk distro Jackarmy sesuai dengan dengan perkembangan zaman (kekinian)	10	40%	15	60%	100%
2	Bahan dari Produk distro Jackarmy nyaman digunakan.	9	36%	16	64%	100%
3	Produk yang digunakan distro Jackarmy memiliki Kualitas baik	11	44%	14	56%	100%
Rata-rata %		40%		60%		100%

Sumber: Data Diolah Penulis

Berdasarkan Tabel 1.11 hasil pra penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak setuju dengan pernyataan “Bahan dari Produk distro Jackarmy nyaman digunakan”. Sebesar 64% responden menolak pernyataan tersebut. Maka, hal yang perlu dilakukan distro Jackarmy, yaitu dengan meningkatkan kualitas bahan yang digunakan agar lebih nyaman saat dikenakan, memilih material yang lebih lembut, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sebesar 60% responden menyatakan “Tidak” terhadap pernyataan “Bahan dari Produk distro Jackarmy nyaman digunakan”. Sebesar 56% responden menyatakan “Tidak” terhadap pernyataan “Produk yang digunakan distro Jackarmy memiliki Kualitas baik”. Berdasarkan pernyataan – pernyataan tersebut diperoleh hasil rata – rata sebesar 40% responden menjawab “Ya” dan 60% responden menjawab “Tidak”. Hal ini menandakan bahwa kualitas produk distro Jackarmy perlu meningkatkan control kualitas dalam proses produksi, serta mempertimbangkan umpan balik konsumen untuk menciptakan produk yang lebih nyaman dan berkualitas.

Kualitas produk merupakan hal penting berhubungan dengan penelitian terhadap produk untuk memenuhi harapan pembeli (Rorong et.al., 2023). Semakin berkualitas suatu produk maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembeli. Berdasarkan pertanyaan diatas model fashion produk pada distro sangat penting karena dengan menggunakan model fashion yang tepat, distro dapat meningkatkan daya tarik, visibilitas, dan penjualan produk, Lalu untuk bahan produk pada distro sangat penting karena dengan memilih bahan yang tepat, distro dapat meningkatkan kualitas, kenyamanan, dan daya tarik produknya, yang berujung pada kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan produk yang digunakan pada distro sangat penting karena dengan menawarkan produk yang tepat, distro dapat meningkatkan penjualan, membangun basis pelanggan setia, dan mencapai keberhasilan bisnis.

Tabel 1. 12

Hasil Pra Penelitian Mengenai Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga Produk						
No	Pernyataan	Persentase				Jumlah
		Ya	%	Tidak	%	
1	Harga yang ditawarkan distro Jackarmy sesuai dengan Kualitas Produk.	12	48%	13	52%	100%
2	Harga yang ditawarkan distro Jackarmy terjangkau bagi konsumen.	11	44%	14	56%	100%
3	Harga produk distro Jackarmy sesuai dengan harapan konsumen.	10	40%	15	60%	100%
Rata-rata %		44%		56%		100%

Sumber: Data Diolah Penulis

Pada Tabel 1.12 mengenai harga terhadap keputusan pembelian, pernyataan “Harga yang ditawarkan distro Jackarmy sesuai dengan Kualitas Produk” terdapat 52% responden menyatakan “Tidak” hal tersebut dapat ditanggulangi dengan mengevaluasi kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan konsumen, 56% responden menyatakan “Tidak” perihal harga yang ditawarkan distro Jackarmy, dan 60% responden menyatakan “Tidak” pada pernyataan “harga sesuai yang diharapkan konsumen” sehingga mendapatkan Kesimpulan hasil persentase rata-rata yaitu 44% menyatakan harga produk distro Jackarmy menarik konsumen dalam pembelian dan 54% menyatakan harga produk tidak menarik dalam pembelian distro Jackarmy. Pernyataan pertama harga dari *distro* Jackarmy menunjukkan hasil yang beragam dengan perbedaan selisih yang tidak jauh dapat diartikan bahwa beberapa konsumen bahwa harga sesuai dengan kualitas produk dan beberapa konsumen yang berpendapat harga tidak sesuai dengan kualitas produk. Harga dikatakan murah atau mahal bersifat relatif. Pemberian harga yang berbeda-beda diantara pelaku usaha terhadap nilai suatu barang atau jasa akan membuat relatifnya kadar murah atau mahal harga suatu produk. Adapun yang menyatakan pengertian harga yakni nilai uang yang dibebankan terhadap pembeli guna mempunyai manfaat melalui sebuah produk (jasa maupun barang) yang dibeli melalui produsen maupun penjual.

Hasil penelitian harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam jumlah rupiah yang dibayarkan pembeli, sehingga harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawaran dari pesaing (Rorong et.al., 2023). Berdasarkan pertanyaan diatas harga yang ditawarkan sangat penting karena

dengan menyesuaikan harga dengan kualitas produk, distro dapat meningkatkan kepuasan dan daya saing. Lalu untuk harga produk yang terjangkau bagi konsumen sangat penting karena dengan menawarkan harga yang terjangkau, distro dapat menarik lebih banyak pelanggan, meningkatkan penjualan, dan membangun basis pelanggan yang setia. Sedangkan untuk harga produk yang sesuai dengan harapan konsumen sangat penting karena menyesuaikan harga dengan harapan konsumen membantu meningkatkan kepuasan dan kepercayaan.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin mengetahui lebih jauh dengan melakukan penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Distro Jackarmy.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dijelaskan, maka dalam penelitian ini penulis mengidentifikasi masalah tersebut. Adapun masalah yang diidentifikasi tersebut yaitu:

1. Pendapatan distro Jackarmy mengalami ketidak stabilan.
2. Proses Keputusan pembelian produk distro Jackarmy rendah.
3. Kualitas produk distro Jackarmy tidak sesuai dengan daya beli.
4. Harga produk distro Jackarmy tidak sesuai dengan daya beli.
5. Kualitas produk dan harga distro Jackarmy tidak sesuai dengan daya beli.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, agar penelitian ini dilakukan dengan focus, sempurna dan mendalam. Maka penulis memandang permasalahan

penelitian yang diangkat perlu dibatasi, oleh sebab itu, penulis membatasi masalah hanya pada:

1. Variable penelitian berdasarkan keputusan pembelian konsumen distro Jackarmy terhadap kualitas produk dan harga produk distro Jackarmy.
2. Objek penelitian ini merupakan konsumen distro Jackarmy.

1.4 Rumusahan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian pada produk distro Jackarmy Bandung
2. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian di distro Jackarmy Bandung
3. Bagaimana pengaruh secara parsial harga produk terhadap keputusan pembelian di distro Jackarmy Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk distro Jackarmy Bandung baik secara simultan dan secara parsial.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dibuatnya penelitian ini adalah untuk mengetahui mendeskripsikan, menganalisis dan mengukur hal-hal yang terdapat pada halaman berikutnya:

1. Kualitas produk, harga produk dan keputusan pembelian di distro Jackrmy Bandung.
2. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di distro Jackarmy Bandung.
3. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian di distro Jackarmy Bandung.
4. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk di distro Jackarmy Bandung.

1.6 **Manfaat Penelitian**

Penulis berharap dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bukan hanya bagi penulis, akan tetapi juga berguna bagi mereka yang membaca. Dilihat dari kegunaan tersebut terdapat dua aspek yaitu aspek teoritis dan aspek praktis, sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Diharapkan Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang kualitas produk dan harga produk terhadap keputusan pembelian dalam bidang pemasaran. Adapun secara teoritis adalah sebagai berikut:

- a. Dapat memberikan sebuah pemikiran dalam ilmu pengetahuan dalam bidang Manajemen Pemasaran, khususnya mengenai kualitas produk, harga dan keputusan pembelian.
- b. Hasil Penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis.
 - a. Manfaat bagi penulis:
 1. Sebagai saran pembelajaran bagi penulis agar lebih memahami proses keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk dan harga.
 2. Memahami perilaku konsumen dalam membuat proses keputusan pembelian
 3. Menjadi lebih mengetahui kendala dalam praktek pemasaran khususnya keputusan pembelian.
 - b. Manfaat Bagi Perusahaan:
 1. Penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan tujuan perusahaan
 2. Membantu perusahaan untuk memahami harapan yang timbul dari konsumen sehingga produk yang di tawarkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan sesuai yang di harapan para konsumen distro Jackarmy.
 3. Memberikan informasi dalam menangani masalah yang berkaitan dengan keputusan pembelian agar perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen *distro* Jackarmy.
 4. Penelitian ini diharapkan menjadi masukan untuk perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan pencapaian tujuan perusahaan.
 - c. Manfaat bagi pihak lain:
 1. Sebagai referensi bagi penelitian – penelitian yang sejenis.

2. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sama.
3. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan perbandingan untuk penelitian sejenis.

1.7 Lokasi Penelitian

Lokasi ojek penelitian adalah distro Jackarmy yang berada di Kota Bandung, lebih tepatnya berada di JL. Dewi Sartika No. 71, Kec. Regol, Kota Bandung, Jawa Barat.

Tabel 1. 13
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Bulan Penelitian											
		Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	
1	Pengajuan Judul												
2	Penyusunan BAB I												
3	Penyusunan BAB II												
4	Penyusunan BAB III												
5	Sidang UP												
6	Pengolahan Data												
7	Penyusunan BAB IV												
8	Penyusunan BAB V												
9	Sidang Akhir												

Sumber : Data Dioleh Oleh Penulis, 2024