

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia Perekonomian di era globalisasi saat ini terjadi persaingan yang semakin ketat. Salah satunya di bidang pemasaran yang membuat kalangan usaha saling berlomba untuk dapat menghadapi persaingan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Pemasaran merupakan sistem keseluruhan dari semua kegiatan bisnis yang bertujuan untuk direncanakan menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan pembeli dan pembeli yang potensial. Kegiatan pemasaran dapat dilihat sebagai suatu siklus yang bertujuan untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Pemasaran saat ini tidak hanya sebatas pada kegiatan menjual produk saja, namun juga mengedepankan kepentingan konsumen. Semakin berkembangnya bidang pemasaran, kebutuhan manusia juga semakin bertambah, sehingga para pedagang berusaha untuk menciptakan produk yang baik dalam kegiatan pemasaran. Suatu kegiatan dagang dapat bersaing dengan para penjual lainnya serta menciptakan hal-hal yang baru sesuai trend yang sedang berkembang pada masa tertentu, Maka dari itu para pedagang dapat menawarkan bermacam macam produk dengan berbagai kualitas untuk berbagai macam kalangan.

Menurut Kotler dan Armstrong, (2015:253), Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada

kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Kualitas produk menstimulus konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, yakni dapat dilakukan dengan cara menawarkan kualitas produk sesuai dengan ekpektasi dari konsumen. Jika produk yang ditawarkan tidak memenuhi spesifikasi yang diinginkan konsumen, produk tersebut tidak akan dibeli. Konsumen selalu berharap bahwa apa yang mereka beli akan memenuhi semua kebutuhan mereka, ketika membeli suatu produk. Menurut Widjaja, Yani Restiani (2017) mengidentifikasi kualitas produk merupakan salah satu faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk merupakan salah satu hal pendukung yang membuat suatu produk dipilih oleh masyarakat untuk dibeli dan dikonsumsi. Kualitas produk yang ditawarkan akan menentukan bagaimana minat masyarakat terhadap produk tersebut.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi variabel penting dalam strategi pemasaran. Penetapan harga harus mempertimbangkan kondisi sekitar dan berkembang dari waktu ke waktu. Namun harga juga bisa menjadi ukuran kualitas yang dilihat konsumen. Strategi yang dapat dijalankan dalam menjalankan suatu kegiatan usaha dengan menawarkan harga yang relatif rendah dan menawarkan fitur produk dari produk pesaingnya. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Harga juga berperan sebagai penentu dalam pembelian suatu

produk, konsumen akan menentukan apakah harga tersebut telah sesuai atau belum. Keputusan penetapan harga semestinya berpusat pada konsumen atau pembeli. Terjadi proses tukar menukar nilai (harga) dari konsumen terhadap barang yang diinginkan. Jika harga produk terlalu tinggi, maka tidak ada proses transaksi, namun jika harga di bawah nilai produk, maka permintaan dan transaksi akan terjadi. Jadi, jika harga semakin tinggi, maka minat beli konsumen untuk membeli barang akan rendah, sebaliknya bila harga semakin rendah, maka minat beli konsumen makin tinggi, (Kotler dan Armstrong, 2005:187). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dan minat beli sangatlah penting, karena tingkat harga yang ditetapkan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan produk.

Keputusan pembelian merupakan sebuah penetapan tindakan dari beberapa pilihan opsi demi tercapainya sasaran yang atau tujuan yang diharapkan oleh konsumen. Sebelum melakukan keputusan pembelian perlu adanya pemahaan apakah barang tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, apakah produk tersebut memiliki kualitas dan desain yang baik atau tidak dan lain sebagainya. Suatu produk hendaknya memiliki rangsangan terhadap konsumen. Konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk jika produk yang yang dijual mempunyai kualitas yang baik serta penampilan yang menarik.

Minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk, (Kotler dan Keller, 2003: 206). Bila

manfaat mengkonsumsi produk yang dirasakan lebih besar dibandingkan pengorbanan untuk mendapatkannya, maka dorongan untuk membelinya semakin tinggi. Sebaliknya bila manfaatnya lebih kecil dibandingkan pengorbanannya maka biasanya pembeli akan menolak untuk membeli dan pada umumnya beralih mengevaluasi produk lain yang sejenis.

Minat beli diperoleh dari suatu proses belajar dan proses pemikiran yang membentuk suatu persepsi. Minat beli ini menciptakan suatu motivasi yang terus terekam dalam benaknya dan menjadi suatu keinginan yang sangat kuat yang pada akhirnya, ketika seorang konsumen harus memenuhi kebutuhannya akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya itu. Menurut Keller, (1998), minat konsumen adalah seberapa besar kemungkinan konsumen membeli suatu *merk* atau seberapa besar kemungkinan konsumen untuk berpindah dari satu *merk* ke *merk* lainnya.

Kabupaten Flores Timur merupakan salah satu Kabupaten yang berada di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang kaya akan budaya kerajinan tangan. Salah satunya adalah Sarung Tenun. Sarung Tenun merupakan salah satu produk tekstil tradisional yang sudah menjadi warisan leluhur yang masih lestari dan berkembang di masyarakat. dalam penggunaannya Fungsi dari kain tenun pada masyarakat Witihama beragam. Pada proses pembuatannya, kain tenun masih dibuat dengan cara manual, dengan menggunakan bahan dasar dan bahan pewarna yang alami dan diikat dengan benang lungsi. Biasanya kain tenun dikerjakan oleh wanita dengan tujuan sebagai sumber mata pencaharian sampingan, akan tetapi dengan kemajuaan jaman yang semakin berkembang harga sarung tenun yang semakin tinggi di pasar serta

minat beli semakin bertambah, maka menenun menjadi mata pencarian utama bagi kaum wanita di Kecamatan Witihama. Selain itu, kegunaan sarung di Kecamatan Witihama dijadikan sebagai kebutuhan dan alat pelestari tradisi oleh masyarakat sebagai busana sehari-hari dan busana pada pesta/upacara adat, mas kawin (mahar), pemberian dalam acara kematian, alat denda dalam pelanggaran hukum adat, status sosial, dan juga fungsi ekonomi sebagai alat tukar.

Hasil observasi awal dilakukan wawancara dengan Ibu Kresensia Plewan Geni, selaku tokoh pengrajin kain tenun di Kecamatan Witihama mengatakan, bahwa Sarung tenun tidak hanya dijadikan sebagai cenderamata saja, tetapi juga dijadikan sebagai suatu usaha yang dapat mendatangkan keuntungan. Oleh karena itu, kaum wanita masyarakat Witihama menjadikan mata pencarian utama, selain berkebun. Sarung tenun bagi masyarakat Witihama sangat bernilai, karena fungsi dan kegunaan membuat harga sarung tenun semakin hari semakin meningkat. Pasalnya di Kecamatan Witihama menjadikan sarung tenun sebagai kain tradisional yang selalu dibutuhkan terlebih lagi, apabila ada upacara kematian maupun upacara perkawinan. Sarung tenun tersebut diproduksi dan langsung dijual atau diberikan ke Pedagang/agen. Harga jual sarung tenun di pasar Mirek biasanya ditetapkan berdasarkan produk kualitas sarung tenun yang diinginkan konsumen. Semakin indah kualitas produk yang diinginkan konsumen, akan semakin tinggi pula harga yang ditawarkan.

Selain itu wawancara dengan salah seorang Pedagang/Agen Sarung Tenun di Pasar Mirek Ibu Junaida, diketahui bahwa penjualan Sarung Tenun

di Pasar Mirek mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil setiap bulannya. Banyaknya pesaing yang menawarkan produk sejenis dengan harga yang kompetitif, sehingga penjualan produk tidak seperti bulan-bulan sebelumnya. Harga kain tenun bekisar dari Rp 150.000-Rp 550.000, sesuai dengan ukuran produk, jenis produk dan bahan dasar produk yang disajikan dalam Tabel 1.1:

**Tabel 1.1**

**Harga Sarung Tenun Di Pasar Mirek (Januari-Mei 2023)**

<b>Bualan</b>	<b>Sarung Tenun</b>	<b>Harga</b>
<b>Januari</b>	<i>Kewatek</i>	Rp400.000,
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,
	<i>Senae</i>	Rp150.000,
<b>Februari</b>	<i>Kewatek</i>	Rp400.000,
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,
	<i>Senae</i>	Rp150.000,
<b>Maret</b>	<i>Kewatek</i>	Rp425.000,
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,
	<i>Senae</i>	Rp150.000,
<b>April</b>	<i>Kewatek</i>	Rp500.000,
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,
	<i>Senae</i>	Rp150.000,
<b>Mei</b>	<i>Kewatek</i>	Rp550.000,
	<i>Nowing</i>	Rp350.000,
	<i>Senae</i>	Rp150.000,

*Sumber Data : Ibu Junaida Selaku Pedagang/Agen Sarung Tenun di Pasar Mirek*

Dari Tabel dapat dilihat bahwa daftar harga sarung tenun dipasar Mirek, dari tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa, pada bulan Januari-Mei 2023 harga sarung tenun semakin meningkat sehingga jumlah pembeli semakin berkurang. Hal ini disajikan dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 1.2****Data Penjualan Sarung Tenun Bulan Januari-Mei 2023 Di Pasar Mirek**

<b>Bualan</b>	<b>Sarung Tenun</b>	<b>Harga</b>	<b>Target Penjualan</b>	<b>Realisasi Penjualan</b>	<b>Sisa Penjualan</b>	<b>Jlm Pembeli/ Konsumen (Org)</b>
<b>Januari</b>	<i>Kewatek</i>	Rp400.000,	50	45	5	25
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,	35	35	0	30
	<i>Senae</i>	Rp150.000,	50	5	45	5
<b>Februari</b>	<i>Kewatek</i>	Rp400.000,	55	55	0	45
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,	50	40	10	39
	<i>Senae</i>	Rp150.000,	45	0	0	0
<b>Maret</b>	<i>Kewatek</i>	Rp425.000,	50	38	12	32
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,	50	35	15	29
	<i>Senae</i>	Rp150.000,	45	5	40	5
<b>April</b>	<i>Kewatek</i>	Rp500.000,	50	25	25	25
	<i>Nowing</i>	Rp300.000,	50	30	20	20
	<i>Senae</i>	Rp150.000,	40	0	0	0
<b>Mei</b>	<i>Kewatek</i>	Rp550.000,	50	15	35	12
	<i>Nowing</i>	Rp350.000,	50	10	40	10
	<i>Senae</i>	Rp150.000,	40	5	35	5

*Sumber Data : Ibu Junaida Selaku Pedagang/Agen Sarung Tenun di Pasar Mirek*

Sesuai Tabel 2.1, dapat dijelaskan bahwa target penjualan sarung tenun *Kewatek*, *Nowing* dan *Senae* di pasar Mirek cukup tinggi, dimana memiliki jumlah target penjualan Januari-Mei 2023 sebanyak 710 sarung tenun. Pada realisasi penjualan sarung tenun di pasar Mirek belum sepenuhnya terealisasi sesuai target penjualan (tidak habis terjual), sebab masih terdapat sisa penjualan dalam kurun waktu lima bulan terakhir. Harga sarung tenun *Kewatek* dan *Nowing* pada bulan Maret-Mei mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan karena ada beberapa pesaing baru yang bermunculan dan saling bersaing satu sama lain untuk menggaet konsumen. Penjualan sarung tenun *Senae* merupakan yang paling kecil diantara dua jenis sarung tersebut, di mana untuk penjualan bulan Januari, Maret, hanya terjual lima lembar dan jauh dari

target, bahkan pada bulan Februari dan April ada penjualan sarung tenun senae sama sekali. Penjualan sarung tenun Senae kecil ini, karena kualitas sarung senae yang kurang bagus dibandingkan sarung Kewatek dan Nowing. Harga sarung tenun Senae selalu tetap dari Januari-Mei yaitu Rp.150.000.

Berdasarkan wawancara dengan lima orang konsumen di Pasar Mirik, mengatakan bahwa penjualan sarung tenun yang dilakukan oleh pedagang pada akhir bulan harganya semakin tinggi tetapi kualitas produk sarung tenun semakin berkurang. Konsumen ingin mendapatkan produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan harga yang dibayar. Tidak sedikit konsumen juga berpendapat bahwa sarung yang mahal adalah sarung yang berkualitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Konsumen Pada Produk Sarung Tenun di Pasar Mirek Kecamatan Witihama.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh Signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk sarung tenun di pasar Mirek Kecamatan Witihama?
2. Apakah harga produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di pasar Mirek Kecamatan Witihama?



3. Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Mirek Kecamatan Witihama?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Mirek Kecamatan Witihama?
5. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Mirek Kecamatan Witihama?
6. Apakah minat beli dapat memediasi Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Mirek Kecamatan Witihama?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh Signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk sarung tenun di pasar Mirek Kecamatan Witihama.
2. Untuk mengetahui harga produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli di pasar Mirek Kecamatan Witihama.
3. Untuk mengetahui minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di pasar Mirek Kecamatan Witihama.
4. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Mirek Kecamatan Witihama.
5. Untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di pasar Mirek Kecamatan Witihama.
6. Untuk mengetahui minat beli dapat memediasi Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di pasar Mirek

Kecamatan Witihamo.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Bagi Produser dan Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan sebagai referensi untuk pengetahuan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga dalam Keputusan Pembeli, sehingga dapat meningkatkan Minat Beli sarung tenun.

##### 2. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, gambaran dan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya, mengenai pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang di mediasi oleh Minat Beli Konsumen pada Produk Sarung Tenun di Kecamatan Witihamo Kabupaten Flores Timur.