

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan dunia usaha saat ini berkembang dengan pesat hingga menimbulkan pengaruh yang besar pada persaingan dunia usaha. Saat ini perkembangan teknologi telah menciptakan era digital baru. Pertumbuhan dalam teknologi komputer, telekomunikasi, informasi, transportasi, dan teknologi lain telah berdampak besar pada cara perusahaan menghantarkan nilai terhadap konsumen. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu melihat peluang dan risiko yang mungkin tercipta. Saat ini pembangunan ekonomi di Indonesia tertuju pada sektor industri dan perdagangan, dimana sektor ekonomi dan industri telah banyak mengalami perubahan seiring dengan adanya kemajuan teknologi baru. Hal ini menyebabkan pertumbuhan ekonomi yang semakin tinggi dan persaingan dunia usaha yang semakin ketat.

Perkembangan teknologi berdampak besar pada cara perusahaan menghantarkan nilai terhadap konsumen. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus menciptakan minat beli konsumen, perusahaan harus mempersiapkan strategi yang tepat untuk produknya, produk yang ditawarkan ke pasaran harus mendapat perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi agar memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsumen akan berusaha memenuhi kebutuhannya dan mencari manfaat tertentu dari suatu

produk, dan konsumen akan mempertimbangkan produk mana yang akan dipilih untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan manfaat yang diperlukan.

Dalam memilih produk, konsumen tentu saja akan dipengaruhi oleh atribut dari produk. Atribut produk merupakan segala sesuatu yang melekat dan menyertai produk tersebut, seperti merek, desain, warna, kualitas dan sebagainya. Atribut produk merupakan unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk, semakin baik atribut produk maka kecenderungan konsumen untuk membeli produk akan semakin besar.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kristianti dan Wahyudin (2012) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Persepsi Atribut Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mobil Merek Isuzu Elf Studi Pada PT. Karya Zirang Utama Isuzu Semarang”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen mobil merek Isuzu Elf.

Untuk mengantisipasi ketatnya persaingan dimasa yang akan datang, perusahaan perlu melakukan pengidentifikasian dan penyesuaian strategi pemasaran yang telah ada untuk menjamin keberhasilan sebuah perusahaan, yaitu berkenaan dengan penetapan kebijakan harga yang mengiringi produk yang ditawarkannya. Maksudnya perusahaan yang bersangkutan harus dapat memberikan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen. Penetapan kebijakan harga yang tepat dan sesuai dengan permintaan konsumen dapat menciptakan minat beli konsumen, harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan atribut produk yang ditawarkan seperti kualitas produk dan keandalan

produk sehingga perusahaan dapat mengembangkan strateginya dalam upaya meningkatkan penjualannya.

Menurut Dwiky Nugraha (2016) “kebijakan harga adalah suatu keputusan-keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti untuk suatu jangka waktu tertentu, untuk itulah pentingnya kebijakan harga yang ditetapkan oleh perusahaan untuk dapat menciptakan minat beli konsumen”.

Banyak upaya yang telah dilakukan Perusahaan Sandal Cleestr, diantaranya dengan menyesuaikan atribut produk yang dimiliki dan menetapkan kebijakan harga, cara ini diharapkan dapat menciptakan minat beli konsumen. Disaat seperti ini perusahaan dituntut untuk mampu memahami apa yang diharapkan oleh konsumen, menyesuaikan atribut produk dan menetapkan kebijakan harga merupakan langkah yang tepat, karena atribut produk dan kebijakan harga dapat menciptakan minat beli konsumen. Biasanya diantara penawaran pasar yang begitu banyak, konsumen akan membentuk ekspektasi tentang atribut produk yang ditawarkan. Maka dari itu, perusahaan dituntut tepat dalam mengambil keputusan agar produk yang mereka buat sesuai dengan permintaan konsumen.

Permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan Sandal Cleestr saat ini adalah menurunnya permintaan konsumen terhadap produk Sandal Cleestr, ini mengindikasikan bahwa minat beli konsumen pada perusahaan sandal Cleestr menurun, ada beberapa faktor penyebab menurunnya permintaan konsumen, diantaranya adalah faktor harga barang dan atribut produk yang tidak sesuai dengan selera konsumen.

Setelah benar-benar memahami permintaan konsumen perusahaan dapat merancang strategi pemasaran. Upaya yang dapat dilakukan Perusahaan Sandal Cleestr adalah dengan menyesuaikan atribut produk, sehingga akan menciptakan minat beli konsumen, kemudian menetapkan kebijakan harga yang sesuai dengan spesifikasi produk yang ditawarkan. Upaya ini diharapkan mampu menciptakan minat beli konsumen. Namun saat ini perusahaan Sandal Cleestr dianggap belum memahami sejauh mana atribut produk dan kebijakan harga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Atribut produk dan kebijakan harga memiliki arti yang sangat penting dalam minat beli konsumen. Apabila atribut produk dan kebijakan harga sesuai dengan permintaan konsumen maka konsumen akan mempunyai minat beli terhadap suatu produk sehingga terciptanya minat beli konsumen. Sebaliknya jika atribut produk dan kebijakan harga tidak sesuai dengan permintaan konsumen, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya sehingga tidak terciptanya minat beli pada perusahaan sandal Cleestr. Perusahaan harus membuat atribut produk dan kebijakan harga yang sesuai dengan permintaan konsumen. Cara ini dimaksudkan untuk dapat menciptakan minat beli konsumen pada perusahaan sandal Cleestr.

Dari permasalahan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai atribut produk dan kebijakan harga yang dapat menciptakan minat beli pada Perusahaan Sandal Cleestr di Tasikmalaya, sehingga akan dilakukan penelitian dengan judul **“Menciptakan Minat Beli Dengan Atribut Produk Dan Kebijakan Harga”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah pokok yang dibahas dalam latar belakang penelitian, adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana atribut produk pada Perusahaan Sandal Cleestr.
2. Bagaimana kebijakan harga pada Perusahaan Sandal Cleestr.
3. Bagaimana minat beli pada Perusahaan Sandal Cleestr.
4. Bagaimana Pengaruh Atribut Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli pada Perusahaan Sandal Cleestr baik secara parsial maupun simultan.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dikemukakan, tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Atribut produk pada Perusahaan Sandal Cleestr.
2. Kebijakan harga pada Perusahaan Sandal Cleestr.
3. Minat beli pada Perusahaan Sandal Cleestr.
4. Atribut Produk dan Kebijakan Harga Terhadap Minat Beli baik secara parsial maupun simultan pada Perusahaan Sandal Cleestr.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu :

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan Pemasaran

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan tentang pemasaran dan memberikan kontribusi ke khasanah ilmu pemasaran mengenai atribut produk, kebijakan harga dan minat beli konsumen.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan, mengenai strategi pemasaran perusahaan, dan memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pemahaman khususnya tentang permasalahan yang diteliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan pemasaran kedepannya.

c. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan dan dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan pembandingan khususnya dalam mempelajari masalah yang berkaitan dengan pengaruh atribut produk dan kebijakan harga terhadap minat beli.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Sandal Cleestr yang beralamat di Jl. Gubernur Sewaka, Sambong Mangkubumi Kota Tasikmalaya.

1.5.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 2 bulan yaitu mulai bulan Oktober sampai dengan November 2018. Untuk lebih jelasnya jadwal kegiatan penelitian terlampir pada lampiran 1.