

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis dalam era globalisasi ini sangat ketat dimana setiap perusahaan diuntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan seleranya, maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata pelanggan.

Layaknya sebuah peperangan, persaingan bisnis juga menuntut keberadaan senjata yang unggul. Bentuknya bisa berupa produk yang berkualitas. Kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan Kotler dan Armstrong, (2014:253). Kualitas dari suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sangat penting sekali, oleh sebab itu produsen harus pintar dalam membuat produk untuk bisa memenuhi kebutuhan dari konsumen sehingga produk-produk yang sudah diproduksi mendapat respon positif dari konsumen. Respon positif ini nantinya yang akan menjadikan pandangan masyarakat terkait sebuah merek menjadi baik dan tentunya semakin baik

persepsi masyarakat terhadap merek tersebut maka akan memudahkan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian

Persepsi konsumen terhadap sebuah merek menjadi pandangan dalam memilih sebuah produk, persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tapi juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan Kotler dan Keller , (2016:228). Keadaan lingkungan yang berpengaruh pada persepsi masyarakat mengenai suatu merek menjadikan citra merek suatu produk dapat dinilai bagus atau tidak, seperti halnya ketika dalam suatu lingkup wilayah atau daerah yang dominan menggunakan produk tersebut maka akan menjadikan citra yang baik dari merek produk tersebut di mata konsumen. Sebuah merek produk yang baik akan melekat pada diri konsumen sehingga menciptakan kesadaran konsumen dalam memilih merek produk tertentu untuk membelinya

Kesadaran konsumen memilih produk yang mereka inginkan untuk dijadikan kebutuhan juga tidak luput dari label pribadi yang di lekatkan pada produk tertentu, label pribadi merupakan merek yang dimiliki oleh peritel, dimana peritel memiliki produk-produk dengan merek dari peritel itu sendiri Huang dan Hudleston, (2012:193). Produk yang memiliki label pribadi tidak dijual di semua toko melainkan hanya dijual di toko itu sendiri, sangat sulit rasanya apabila toko baru yang mempunyai label sendiri untuk memasarkan produknya sehingga sangat di butuhkan strategi untuk mengatasi hal tersebut, seharusnya untuk memudahkan pemasaran dari produk tersebut harus sering-sering promosi dan mengadakan pameran sehingga produk tersebut bisa diketahui dan dikenali oleh masyarakat. akan tetapi perlu diperhatikan dari segi kualitas produk sehingga nanti timbul citra merek yang baik dari konsumen terkait produk yang mempunyai

label sendiri, dari situlah tercipta kesadaran konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian oleh konsumen melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai, dan harga, keputusan pembelian yaitu beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk Kotler, (2009:243). Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk selalu melibatkan aktivitas secara fisik yaitu berupa kegiatan langsung konsumen melalui tahapan proses pengambilan keputusan pembelian dan aktivitas secara mental yaitu saat konsumen menilai produk sesuai dengan kriteria tertentu yang ditetapkan oleh individu.

Melihat dari pengamatan sehari-hari dapat di ketahui bahwa *trend fashion* anak muda semakin beragam. Anak muda sekarang selalu ingin penampilan yang sempurna, sehingga dapat dilihat bagus. Seperti halnya pakaian yang harus selalu bagus dan mengikuti gaya era modern seperti sekarang ini. Pakaian merupakan kebutuhan pokok manusia selain makanan dan tempat tinggal. Semua orang membutuhkan pakaian untuk melindungi dan menutup dirinya. Namun seiring dengan perkembangan kehidupan manusia, pakaian juga digunakan sebagai simbol status, jabatan, ataupun kedudukan seseorang yang memakainya.

Produk dari Toko-toko distro yang saat ini sudah banyak bermunculan khususnya di kota Pamekasan antara yang baru berdiri maupun yang sudah lama berdiri, hal ini justru akan memacu produsen dalam hal persaingan antar toko untuk menjual produknya. Berikut adalah nama toko pakaian distro yang berada di pamekasan.

Tabel 1.1
Daftar Nama Toko Pakaian Distro Di Pamekasan Tahun 2018

NO	NAMA TOKO	TEMPAT
1	<i>Z-TEAM DISTROHOLIC</i>	Kota Pamekasan
2	<i>ALEXIS SHOP</i>	Kota Pamekasan
3	<i>FRIDAY KILLER STORE</i>	Kota Pamekasan
4	<i>FAFA SOUNTHERN TRACK</i>	Kota Pamekasan
5	<i>SONIC DISTRO</i>	Kota Pamekasan
6	<i>KINGLE DISTRO</i>	Kota Pamekasan

Sumber : data primer

Tabel 1.1 di atas menjelaskan bahwa toko distro semuanya bertempat di pusat kota Pamekasan, kondisi ini justru akan menjadi ajang persaingan untuk memperebutkan konsumen, persaingan yang begitu pesat saat ini membuat setiap pelaku bisnis berlomba-lomba dalam meningkatkan penjualan produknya. Maka dari itu setiap produsen harus melakukan berbagai strategi untuk mendapatkan konsumen. Produsen harus mengenali apa yang menjadi kebutuhan konsumen sehingga nantinya bisa meningkatkan penjualan dan juga loyalitas konsumen.

Toko-toko distro yang ada di Pamekasan mempunyai produk dan merek masing-masing serta mempunyai ciri khas yang berbeda-beda, tentunya ini juga bagian dari strategi mereka untuk memperebutkan konsumen. Akibat begitu ketatnya persaingan, toko-toko distro yang telah lama beroperasi tentu akan berusaha untuk terus berkompetisi agar keberadaannya tetap eksis dan tetap diakui. Selain itu pemain lama seperti toko distro *Alexis Shop*, *Fafa Shounthern Track*, *Friday Killer* dan *Z-team Distroholic* diuntut untuk keunggulan produk dari distro tersebut melalui upaya-upaya yang kreatif, sehingga menjadi pilihan dari banyak konsumen untuk memutuskan pembelian produk mereka masing-masing.

Melihat dari beberapa toko distro yang ada di kota Pamekasan ada dua toko distro yang bisa dikatakan masih baru beroperasi yaitu *Sonic Distro* dan *Kingle Distro*. Kedua toko ini juga mengeluarkan produknya untuk memanfaatkan

peluang pasar, pemain baru dalam dunia bisnis tentu tidak mudah untuk suatu pencapaian dalam penjualan. Perlu adanya strategi-strategi khusus dalam pemasaran produknya.

Toko *Friday Killer* adalah salah satu toko yang produknya sudah tidak asing lagi di mata masyarakat, yaitu produk merek *Friday Killer*. Toko *Friday killer* dominan dengan item kaos yang merupakan asli produk merek dari Pamekasan. Toko *Friday Killer* memang sudah lama berkiprah dalam bisnis penjualan produk distro tentunya sudah pernah merasakan pahit manisnya bergelut dalam dunia bisnis dan bagaimana rasanya berkompetisi dalam persaingan. Berikut adalah data penjualan produk merek *Friday Killer* pada tahun 2017.

Tabel 1.2

Data Penjualan Produk Merek *Friday Killer* Bulan Januari-Desember 2017

NO	Bulan/tahun 2017	Produk/unit
1	Januari	293
2	Februari	339
3	Maret	370
4	April	381
5	Mei	463
6	Juni	489
7	Juli	495
8	Agustus	507
9	September	533
10	Oktober	502
11	November	482
12	Desember	427

Sumber : Toko *Friday Killer* Pamekasan 2018

Tabel 1.2, diatas menjelaskan bahwa penjualan produk *Friday Killer* di Pamekasan dari bulan Januari-September mengalami kenaikan, hal ini disebabkan karena pada akhir bulan Januari *Friday killer* mengeluarkan item baju hem terbaru yang pada saat itu pertama kalinya *Friday Killer* mengeluarkan item produk baru dan kebetulan pengeluaran produk baru ini disambut baik oleh

konsumen. Seiring berjalannya waktu penjualan terus melonjak naik sampai pada beberapa bulan tepatnya pada bulan September. Pada bulan selanjutnya di bulan Oktober mulai mengalami penurunan hingga pada akhirnya sampai pada Bulan terakhir di bulan Desember. Penurunan jumlah penjualan dikarenakan berkurangnya minat beli konsumen terhadap produk merek *Friday Killer*, hal ini disebabkan oleh sedikitnya varian produk merek *Friday Killer* yang membuat konsumen merasa jenuh dengan produk merek *Friday Killer*, sehingga mengakibatkan konsumen beralih pada produk lain. Kejenuhan konsumen ini sudah menyangkut pada kenyamanan suatu produk yang akan mereka pakai.

kenyamanan merupakan bagian indikator dari kualitas produk. kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian oleh konsumen Risky desty wulandari dan Donant alananto iskandar (2018). Konsumen akan melakukan pembelian pada suatu produk dengan melihat dulu kualitas dari produk tersebut.

Dampak yang di hasilkan dari kualitas produk yang kurang baik mengakibatkan citra dari merek tersebut negatif di mata konsumen. Citra merek adalah asosiasi atau kepercayaan yang ada dalam benak konsumen untuk menjadi pembeda dari merek yang lainnya seperti lambang, desain huruf atau warna khusus. Ike dan Zainul, (2017). Oleh karena itu citra merek yang kurang baik akan berdampak pada kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Pandangan konsumen terhadap merek juga akan berdampak langsung pada label pribadi yang akan semakin tidak diminati lagi oleh konsumen. Label pribadi yang memiliki nama lain *private brand* atau *store brand* adalah merek yang diciptakan dan dimiliki oleh penjual eceran barang dan jasa. Kotler dan Keller, (2012). Sehingga hal ini akan menjadi permasalahan penurunan daya beli konsumen bagi produsen yang mempunyai label tersebut.

Perilaku konsumen dalam keputusan pembelian menjadikan hal yang paling penting dalam melakukan suatu pertimbangan yang baik guna memperoleh suatu produk sesuai keinginan konsumen. Perilaku konsumen sangat penting bagi pelaku bisnis untuk mengetahui keinginan produknya serta mengetahui strategi pemasaran mengenai pangsa pasar yang menguntungkan.

Informasi tentang perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan guna memasarkan produk di pasaran yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu, dengan adanya perilaku konsumen yang selalu berbeda akan memberikan inovasi untuk perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk. Perilaku konsumen merupakan salah satu factor yang utama guna terus meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk suatu perusahaan. Kepuasan ini akan memberikan dampak yang baik dan tidak ragu dalam keputusan pembelian.

Faktor-faktor yang di pertimbangkan oleh konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli atau tidak suatu produk, yaitu dari faktor label pribadi, kualitas produk dan citra merek. Faktor tersebut sangat mampu memberikan keputusan yang mempengaruhi minat beli dari konsumen.

Kualitas merupakan sejumlah atribut atau sifat-sifat yang di deskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-

harapan pelanggan. Anastasia dan Nurendah, (2014). Pentingnya kualitas produk karena semakin tinggi kualitas produk maka akan mampu menggambarkan fungsi produk secara baik dan mampu memberikan kepuasan konsumen yang tinggi serta mampu meningkatkan jumlah konsumen.

Merek juga menjadi perhatian konsumen dalam proses keputusan pembelian suatu produk. Konsumen tentunya ingin suatu pakaian yang memiliki merek yang cukup terkenal. Fungsi dari merek adalah memberikan petunjuk bagi konsumen mengenai produk tersebut. Karlina dan Seminari, (2015). Citra merek memiliki kaitan dengan keputusan pembelian konsumen, karena semakin tinggi dan terkenal suatu merek maka akan menambah daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sebuah produk. Dalam perkembangan pasar yang terus meningkat maka banyak konsumen yang sangat memperhatikan merek dibandingkan karakteristik lainnya dalam melakukan proses keputusan pembelian.

Label juga menjadi perhatian dalam proses keputusan pembelian. Konsumen tentunya ingin memiliki produk yang labelnya sudah terkenal dan juga sering di pakai banyak orang. Fungsi dari label adalah menggambarkan produk, siapa yang membuatnya, dimana produk itu di buat, apa isinya, bagaimana cara penggunaanya, dan bagaimana menggunakannya dengan aman. Kotler dan Keller, (2009:29).

Label pribadi memiliki kaitan juga dengan keputusan pembelian konsumen, karena sebuah label pribadi dari suatu produk yang semakin banyak dipakai oleh kalangan konsumen, maka akan menambah gairah konsumen lain untuk membeli dan mengambil keputusan pembelian produk tersebut. Dari label

pribadi ini dapat menjadi startegi dalam pengembangan sebuah produk, sehingga produk lokal juga akan mampu bersaing dengan produk-produk nasional yang sudah terkenal.

Alasan peneliti dalam memilih *Friday Killer* sebagai objek penelitian adalah Berdasarkan permasalahan yang sudah di paparkan di atas yaitu terkait dengan berkurangnya minat beli konsumen terhadap produk merek *Friday Killer* yang di sebabkan oleh sedikitnya varian produk merek *Friday Killer* yang membuat konsumen merasa jenuh dengan produk merek *Friday Killer*, sehingga mengakibatkan konsumen beralih pada produk lain. Sementara itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Label Pribadi Pada Produk Merek *Friday Killer* di Pamekasan”** apakah mempunyai kontribusi atau pengaruh yang cukup dominan dalam hal keputusan pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer* ?
3. Apakah citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer* ?
4. Apakah label pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer* ?
5. Apakah kualitas produk, citra merek dan label pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer* ?

1.3 Tujuan Penelitian

2. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer*.
3. Untuk mengetahui citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer*.
4. Untuk mengetahui label pribadi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer*.
5. Untuk mengetahui kualitas produk, citra merek, dan label pribadi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk merek *Friday Killer*.

1.4 Manfaat

2. Bagi Penulis
 - a. Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama di bangku perkuliahan untuk menghadapi masalah konkret yang terjadi di lapangan.
 - b. Sebagai studi banding antara pengetahuan teori dengan praktek yang ada di lapangan.
3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Trunojoyo Madura :
 - a. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengembangan selanjutnya.
 - b. Sebagai bahan bacaan yang bermanfaat bagi yang memerlukan sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya yang berminat dalam bidang pemasaran.
4. Bagi toko *Friday Killer*

- a. Sebagai bahan perencanaan dan perkembangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengatasi masalah yang ada dalam perusahaan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan.
- c. Sebagai bahan pengambilan kebijaksanaan perusahaan dalam rangka meningkatkan penjualan.