

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen saat ini sangatlah kritis dalam memilih suatu produk, keputusan untuk membeli suatu produk sangat dipengaruhi oleh penilaian akan bentuk kualitas produk tersebut. Tuntutan permintaan akan sebuah produk yang semakin berkualitas membuat umkm yang bergerak diberbagai bidang usaha berlomba- lomba meningkatkan kualitas produknya demi mempertahankan citra merek produk yang mereka produksi. Merek mempunyai sifat khas, dan sifat khas inilah yang membedakan produk yang satu berbeda dengan produk yang lainnya, walaupun sejenis. Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap kualitas, nilai dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas tetapi juga sebagai indikator biaya yang ditukarkan dengan produk atau manfaat produk. Disinilah kita melihat sejauh mana merek dapat mempengaruhi penilaian konsumen dengan citra merek dari produk tersebut. Baju Juragan veros Store Cicalengka sebagai salah satu umkm fashion yang terkenal dan menguasai pangsa pasar nasional seperti kaos, jaket, sweater. Produk-produk yang diciptakan oleh baju juragan veros store cicalengka sangat beragam dan inovatif, hal ini dilakukan agar dapat menjawab kebutuhan dan keinginan.

Konsumen akan produk yang terus berkembang. Salah satu

fenomena yang cukup menarik perhatian saat ini yaitu maraknya peredaran produk-produk imitasi sebagai sebuah alternatif baru yang dijadikan pilihan untuk konsumsi konsumen. Dari catatan Masyarakat Indonesia Anti Pemalsuan (MIAP), ditahun 2014 nilai kerugian akibat barang palsu sudah mencapai Rp 65,1 triliun (Merdeka.com, 2015). Produk imitasi ini muncul ditengah-tengah masyarakat karena banyaknya keinginan masyarakat yang ingin memakai barang bermerek tetapi dengan harga yang murah. Walaupun faktanya produk imitasi memiliki kualitas yang lebih rendah tetapi tidak mengurangi minat dari konsumen karena konsumen tidak harus banyak mengeluarkan biaya mahal tapi sudah bisa mendapatkan produk yang sama secara kasat mata. Namun dari sisi produsen asli, kemunculan produk imitasi dapat mengakibatkan kerusakan finansial, serta kerugian yang tak berwujud seperti kehilangan minat beli konsumen, serta kerusakan reputasi merek dan ekuitas merek. Selain itu, produsen barang asli juga 3 mengalami kerugian dalam kepercayaan dari konsumen mereka. Menurut Justisiari terdapat 7 komoditas yang produknya banyak dipalsukan antara lain software, kosmetik, farmasi, pakaian, barang dari kulit (sepatu, tas, dan lainnya), makanan dan minuman serta tinta printer (Liputan6.com, 2015).

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi, dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk dalam tingkat kualitas yang diinginkan

dan diharapkan konsumen. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya, kemampuan itu meliputi : daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki serta atribut yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Dalam memutuskan membeli suatu produk konsumen mempertimbangkan banyak faktor, antara lain citra merek, kualitas produk dan harga. Harga menjadi pertimbangan karena sesuai tingkat pendapatan konsumen, konsumen juga bisa memilih suatu produk dengan harga yang bervariasi mulai dengan harga yang terjangkau sampai harga yang mahal. Mahalnya suatu produk ditentukan kualitas produk yang menjadi pertimbangan dikarenakan dapat menciptakan suatu kenyamanan dan kualitas yang baik dari produk yang dihasilkan. Maka, perusahaan harus mampu menciptakan citra merek yang menarik sekaligus menggambarkan manfaat produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga dengan demikian konsumen memiliki citra yang positif terhadap merek (Jurnal Xian dan Gou lie, 2012:2). Harga juga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan pembelian, harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.

Keberhasilan Baju Juragan Veros Store Cicalengka dalam berlomba dengan pesaing lain terutama dalam olahan baju membuat baju juragan veros store cicalengka ini lebih unggul karena memproduksi produk-produk

yang inovatif dan berkualitas sehingga sehingga harga yang di pasarkan sesuai dengan kualitas produknya. Baju Juragan Veros Store juga sedikit demi sedikit membuat merek tersebut melekat di benak konsumen dengan kualitas-kualitas produknya baju tersebut, sehingga konsumen melakukan pembelian terhadap merek tersebut.

Di Cicalengka Brand Baju Juragan Veros Store sudah sangat di kenal oleh masyarakat dan harga yang ditawarkan oleh Baju Juragan Veros Store sangat terjangkau bagi masyarakat dikalangan bawah, menengah dan kalangan atas. Maka dari itu dapat dilihat dari market berikut ini :

Tabel 1. 1 Market Share Baju Juragan Veros Store Tahun 2019-2021

	2019	2020	2021
Veros	38%	40%	45%
Middle Of Nowhere	25%	27%	30%
Kids Wear	20%	14%	14%
Arj 88 Store	17%	19%	11%
Total	100%	100%	100%

Berdasar kan tabel 1.1 terlihat bahwa posisi puncak pada 2019-2021 diduduki oleh Baju Juragan Veros Store, dari data Market share di atas dapat terlihat bahwa pada tahun 2019 ke tahun 2020 Baju Juragan Veros Sotre menguasai pangsa pasar sebar 2% pada tahun 2020 ke tahun 2021menguasai pangsa pasar dan mengalami peningkatan sebesar 5% dan pada tahun 2021 Baju Juragan Veros Store masih mempertahankan pangsa pasar dan dari data market share diatas juga dipengaruhi oleh merek-merek lainnya dengan

produk yang sama.

B. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang penelitian maka di identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Peningkatan pangsa pasar dari tahun 2019 – 2021 belum cukup besar.
2. Pemasaran produk Juragan Veros Store belum cukup bagus.
3. Desai pakaian masih memakai desai lama, belum berinovasi yang progresif.
4. Harga produk belum sekompetitif dengan toko yang lain.
5. Merek Veros baru dikenal secara domestik Cicalengka.

Dari identifikasi masalah maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di juragan veros store cicalengka.
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian juragan veros store cicalengka.
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian juragan veros store cicalengka.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan

- pembelian baju dijuragan veros store cicalengka.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian baju dijuragan veros store cicalengka.
 3. Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian konsumen di juragan veros store cicalengka.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya mahasiswa prodi Manajemen terkait dengan Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baju di Juragan Veros Store Cicalengka.

2. Manfaat Praktis

- a. Penulis

Diharapkan dalam penelitian ini bisa bermfaat bagi penulis dalam upaya menambah wawasan serta pengetahuan tentang Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baju di Juragan Veros Store Cicalengka.

- b. Pengusaha

Diharapkan dapat menjadi asupan pengusaha Baju Veros.

- c. Pembaca

Diharapkan dari hasil penelitian dan penulisan tersebut dapat diharapkan memberikan wawasan kepada pembaca dan menjadikan referensi penelitian selanjutnya.

E. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang penelitian maka diidentifikasi masalah-masalah berikut :

4. Peningkatan pangsa pasar dari tahun 2019 – 2021 belum cukup besar.
5. Pemasaran produk juragan veros store belum cukup luas .
6. Desain pakain masih desain lama, belum di inovasi yang progresif.
7. Harga produk belum sekompetitif di toko yang lain.
8. Merek veros baru dikenal secara domestik cicalengka

Dari identifikasi masalah maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di juragan veros store cicalengka.
2. Apakah terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian juragan veros store cicalengka.
3. Apakah terdapat pengaruh harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian juragan veros store cicalengka.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan jawaban atau sasaran yang ingin dicapai

penulis dalam sebuah penelitian. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian baju di juragan veros store cicalengka.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian baju di juragan veros store cicalengka.

G. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan bagi mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya mahasiswa prodi Manajemen terkait dengan Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baju di Juragan Veros Store Cicalengka.

2. Manfaat Praktis

a. Penulis

Diharapkan dalam penelitian ini bisa bermanfaat bagi penulis dalam upaya menambah wawasan serta pengetahuan tentang Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Baju di Juragan Veros Store Cicalengka.

b. Pengusaha

Diharapkan dapat menjadi asupan pengusaha Baju Veros.

c. Pembaca

Diharapkan dari hasil penelitian dan penulisan tersebut dapat

diharapkan memberikan wawasan kepada pembaca dan menjadikan referensi penelitian.

