

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman yang terus maju dan semakin modern ini mendorong banyak perubahan sistem, baik secara langsung maupun tidak langsung, seperti sistem perdagangan, cara berinteraksi, sistem pemasaran. Dahulu jika kita ingin membeli suatu produk atau barang, kita harus bertemu dengan penjual produk tersebut, antara pembeli dan penjual haruslah bertatap muka hingga terjadinya suatu kesepakatan antara pihak penjual dan pembeli atau sering disebut dengan transaksi. Jangkauan antara penjual dan pembeli pun sangat terbatas, namun seiring dengan kemajuan zaman dan teknologi, khususnya internet, semua keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat teratasi dengan mudah.

Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan bisnis penjualan dan pembelian produk adalah dengan menggunakan *electroniccommerce* (*e-commerce*) untuk memasarkan dan membeli berbagai macam produk atau jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital.¹ Salah satu industri di bidang produksi tas. Di negara kita sendiri industri tas terus menerus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, baik tas sekolah maupun tas untuk umum. Hal tersebut terbukti dengan banyaknya jenis tas yang di produksi dan di edarkan di negara kita. Dengan banyaknya produk tas yang beredar tersebut, konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan jenis tas daik yang dibuat dalam negeri maupun dari luar negeri. Hal tersebut membuat konsumen menjadi lebih selektif lagi dalam membeli produk tas. Produsen tas memiliki tantangan tersendiri untuk dapat menciptakan invosi terbaru agar dapat bersaing dengan produk luar negeri. Dengan begitu konsumen bisa tertarik dengan produk dalam negeri, karena produk dalam negeri sama bagusnya dengan produk luar negeri.²

¹Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 15.

²Amir Taufiq. *Dinamika Pemasaran*. (Jakarta : Raja Grafindo Persada. 2005), 23

Hal tersebut juga dialami oleh *home industry* Punkpink's. Industri ini berada Desa Menganti kecamatan Kedung kabupaten Jepara. Dimana penulis pernah melakukan observasi di *home Industry* Punkpink's ini. *Home industry* punkpink's bergerak dalam bidang pembuatan tas sekolah dan dompet. Produk yang diproduksi mulai dari tas untuk bayi, anak-anak paud hingga SMA dan dompet yang digunakan untuk kebutuhan *life style*. Dalam melakukan observasi penulis menemukan produk tas yang unik dari *home industry* punkpink's. Dari keunikan tersebut, banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk punkpink's. Tetapi banyak juga yang mengeluhkan atas harga dan pelayanannya. Sehingga dalam pemasarannya pihak Punkpink's ini menyatakan bahwa dalam satu setengah tahun terakhir mengalami penurunan omset penjualan.

Berikut adalah data penjualan produk Punkpink's selama periode tahun 2018 awal hingga Juli 2019.

Tabel 1.1
Penjualan Produk Punkpink's

NO	Nama Merek	2018		2019
		Semester 1	Semester 2	Semester 1
1.	Tas Sekolah	13.689	13.181	13.263
2.	Tas Umum	12.567	12.177	12.281

Sumber: Dokumentasi Punkpink's

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa terjadi penurunan penjualan dari produk Punkpink's. Pada tahun 2018 di semester kedua terjadi penurunan yang cukup signifikan.³ Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh penulis kepada beberapa konsumen, ada beberapa faktor yang mempengaruhi turunnya penjualan di Punkpink's, salah satunya terkait persepsi harga dimana konsumen menganggap tas Punkpink's terlalu mahal.⁴ Hal ini disebabkan karena adanya

³Uswatun Maghfiroh, wawancara oleh penulis, 25 September, 2019, wawancara 1, transkrip.

⁴Hasil observasi penelitian terhadap konsumen, hari Senin, 23 september 2019, pukul 12.00 WIB

persaingan harga tas yang ketat terlebih jika penawaran yang dilakukan melalui *online* dimana konsumen dengan mudah membandingkan harga tas satu dengan tas yang lain. Pada umumnya harga dapat mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian serta mendorong mereka untuk melakukan keputusan pembelian. Karena dalam pembelian secara *online*, hal paling utama yang dilihat oleh konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk adalah harga, baru kemudian yang kedua adalah barang yang akan dibeli.

Semakin ketatnya persaingan pasar yang ada, terutama persaingan yang berasal dari pasar modern sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. sehingga perusahaan dalam menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan keputusan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing. Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari tahap-tahap yang dimulai dengan pengenalan terhadap kebutuhan dan keinginan serta tidak berhenti setelah pembelian dilakukan.⁵

Pelaku industri harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun masa yang akan datang. Disinilah dibutuhkan seorang tenaga pemasaran yang mengetahui pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus berkembang, sehingga bisa mendapatkan kepercayaan pelanggan yang pada akhirnya dapat meningkatkan minat beli konsumen untuk membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

⁵ Basu Swastha dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1997), 99.

Dalam melakukan pembelian suatu barang, ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepercayaan konsumen antara lain persepsi harga dan kualitas pelayanan. Harga menjadi komponen yang sangat penting bagi suatu produk, karena harga akan berpengaruh pada produsen dan daya beli konsumen. Harga menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan, karena besar kecilnya keuntungan yang diperoleh perusahaan ditentukan oleh harga.⁶ Dalam menentukan harga suatu produk perusahaan harus berhati-hati, karena jika harga terlalu tinggi dapat menyebabkan tidak lakunya produk dipasaran dan menurunnya penjualan perusahaan, sebaliknya jika harga terlalu rendah maka perusahaan akan mengalami kerugian.⁷

Demi menghadapi persaingan yang semakin ketat, selain pandai dalam mengatur harga pihak Punkpink's juga menekankan pada Kualitas pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas layanan adalah senjata untuk tetap bertahan dan tetap menjadi pilihan ditengah ketatnya persaingan. Kualitas yang kurang baik dapat menjadikan pelanggan merasa tidak puas dalam melakukan pembelian secara *offline*, pelanggan yang melakukan pembelian melalui *online* juga harus diperhatikan.

Kualitas layanan dalam konteks pandangan islam juga mendapat perhatian. Dalam islam, setiap aktivitas hidup selalu terikat dengan aturan syariah. Demikian halnya dengan pelayanan kualitas layanan, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai – nilai moral dan etika. Othman dan Owen menyatakan kualitas layanan dipengaruhi oleh enam dimensi yakni kepatuhan, jaminan, keandalan, bukti fisik, *emphaty* dan daya tanggap.⁸

Terkait kualitas layanan terlebih menyangkut kepatuhan, islam telah menyinggungnya dalam firman Allah

⁶Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2009) 25

⁷Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 34

⁸Risky Pratama Putra dan Sri Herianingrum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya”, *JESTT*, Vol. 1, No.2 (2014): 246-256

SWT dalam al-Quran Surat al-Maidah Ayat 48 tentang kewajiban menjalankan syariah islam:

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ الْحَقْمَصَدَقًا لِمَا بَيَّنَّا بَيْنَ يَدَيْهِمَنِ الْكِتَابِ مُهْمِنًا عَلَيْهِمْ أَحْكُمِيْنَهُمْ مِمَّا
 نَزَّلَ اللَّهُ لَا تَتَّبِعُوا هَوَاءَهُمْ مَعَمَّاجَاءَ كَمِنَّا الْحَقُّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً مِّنْهَا جَاوَوْا لَوْ شَاءَ اللَّهُ جَعَل
 كُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَكَذَلِكَ نَبْلُو كُمْ فِيمَا آتَاكُمْ فَأَسْتَبِقُوا الْخَيْرَ آتَايَاللَّهُمَّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ جَمِيعًا قَبِيْنِيْنُكُمْ مِمَّا كُنْتُمْ فِيْهِ فَخْتَلِفُوْا
 نُنْمِقِيْهِمْ خَتَلِفُوْنَ

Artinya: “Dan Kami telah turunkan kepadamu al-Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu.”⁹

Pengetahuan dan pemahaman seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah Allah SWT sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika dalam menjalankan tugasnya dengan baik disetiap pekerjaannya, termasuk terkait pelayanan yang harus diberikan.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan oleh penulis kepada beberapa konsumen, hal ini juga menjadi permasalahan karena masih adanya keluhan pelanggan terkait lamanya proses pengiriman. Hal ini dikarenakan tidak semua jenis tas yang diinginkan pelanggan *ready stok* sehingga pelanggan

⁹ Alquran, al-Maidah Ayat 48, *Alquran dan terjemahnya* (Surabaya: CV Toha Putra, Yayasan Penyelenggara Penerjemah Alquran, 1989), 168.

harus rela bersabar.¹⁰ Kualitas layanan pelanggan disadari sangat penting bagi perkembangan usaha, sikap responsif, mendengarkan keluhan pelanggan dan mampu menjelaskan produk ke pelanggan menjadi syarat wajib bagi setiap karyawan demi menunjang terciptanya kualitas layanan pelanggan yang maksimal.

Penelitian terkait faktor yang mempengaruhi minat pembelian dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. A Aptaguna dan Pitaloka melakukan penelitian terkait “pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek”.¹¹ Hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli jasa Go-Jek.

Hasil berbeda diungkapkan oleh Eva Shellia Rahma yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek *Sony Ericson* di Kota Semarang)”.¹² Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas layanan dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen, dan minat beli konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Ikanita Nivirina Sulistyari dan Yeostini dalam jurnal “Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame”.¹³ Hasil penelitiannya menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik Oriflame. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk kosmetik Oriflame.

¹⁰Hasil observasi penelitian terhadap konsumen, hari Senin, 23 september 2019, pukul 12.00 WIB

¹¹ A Aptaguna dan Pitaloka, “*pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*”, Widyakala Vol. 3 (2016):1

¹²Eva Shellia Rahma, “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli (Studi pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)*”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. VI, No. 3 (2007):1

¹³Nivirina Sulistyari dan Yeostini, “*Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Produk Oriflame*”, Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Vol. 1, No. 1 (2012):1

Berdasarkan fakta-fakta empiris diatas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih dalam dan mengetahui hubungan permasalahan yang terjadi. Berdasarkan hal tersebut maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Beli Produk Punkpink’s Secara *Online* (Studi Pada *HomeIndustry* Punkpink’s di Kedung Jepara)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online* ?
2. Apakah kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online* ?
3. Apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online* ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online*.
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online*.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi harga dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap minat beli produk Punkpink’s secara *online*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat untuk mengembangkan ilmu manajemen pemasaran, terutama mengenai persepsi harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan keputusan pembelian. Hal dapat diperoleh dari penelitian ini adalah kemungkinan munculnya pengembangan konsep-konsep kontekstual yang berkenaan

dengan interdependensi antara persepsi harga dan kualitas pelayanan yang memberi peningkatan usaha dan pelayanan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti: sebagai wahana menambah pengetahuan dan wawasan peneliti pada khususnya, dalam bidang manajemen pemasaran.
- b. Bagi pelaku usaha: Memberikan informasi, acuan dan masukan dalam melaksanakan industri untuk meningkatkan mutu produk.
- c. Bagi pelanggan: sebagai bahan pertimbangan dan rujukan dalam melakukan pembelian suatu produk.

E. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi atau penelitian ini di maksudkan untuk mendapatkan gambaran dari masing-masing bagian. Sehingga nantinya akan diperoleh skripsi atau penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan yang akan penulis gunakan:

1. Bagian Awal

Bagian awal penulisan ini meliputi: halaman judul, halaman pengesahan majelis penguji munaqosah, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman translating arab-latin, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar tabel dan daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi terdiri dari lima bab, yaitu:

a. BAB I Pendahuluan, meliputi:

1) Latar belakang

Pada bagian ini berisi uraian argumentasi tentang hal-hal yang bersifat umum menuju hal yang berhubungan dengan topik yang melatar belakangi munculnya masalah penelitian.

2) Perumusan masalah

Pada bagian ini berisi pertanyaan yang menunjukkan inti masalah yang akan diteliti.

3) Tujuan penelitian

Pada bagian ini berisi tentang tujuan penelitian yang berkenaan dengan tujuan yang

akan dicapai dengan melakukan penelitian. Tujuan penelitian ini berkaitan erat dengan perumusan masalah.

4) Manfaat penelitian

Pada bagian ini berisi tentang dampak perbaikan yang dapat diperoleh setelah tercapainya tujuan.

5) Sistematika penulisan

Pada bagian ini berisi tentang urutan dalam penyusunan skripsi atau penelitian.

b. BAB II Landasan Teori, meliputi:

1) Deskripsi teori

Pada bagian ini diuraikan teori-teori yang berkaitan erat dengan topik bahasan penelitian sebagai pijakan dasar untuk membangun kerangka fikir yang logis terkait masalah yang akan dijawab dalam penelitian yang ujungnya adalah perumusan hipotesis.

2) Penelitian terdahulu

Pada bagian ini diuraikan hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan variabel atau fokus penelitian yang akan diteliti.

3) Kerangka berfikir

Pada bagian ini diuraikan alur berfikir yang menggambarkan rumusan hipotesis.

4) Hipotesis

Pada bagian ini diuraikan dugaan atau jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

c. BAB III Metode penelitian

Metode penelitian adalah langkah sistematis yang ditempuh untuk mencapai tujuan topik bahasan. Metode penelitian ini meliputi hal-hal sebagai berikut:

1) Jenis dan pendekatan penelitian.

2) *Setting* penelitian.

3) populasi dan sampel.

4) desain dan definisi operasional variabel.

5) Uji validitas dan reabilitas instrumen.

6) Teknik dan pengumpulan data.

- 7) Teknik analisis data.
- d. BAB IV Penelitian dan Pembahasan
Pada bagian ini diuraikan tentang hasil gambaran obyek penelitian dan analisis data yang di uji menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji pra syarat, dan uji hipotesis.
- e. BAB V Penutup
Pada bagian ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran yang penulis sampaikan sebagai wujud tindak lanjut dari adanya penelitian ini.
- 3. Bagian Akhir**
pada bagian akhir memuat daftar pustaka, dan lampiran-lampiran.

