

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan perdagangan dunia berpengaruh terhadap perkembangan kompetisi diberbagai industri. Industri-industri secara cermat memahami titik lemah saingannya dan kerap menyerang kedudukan saingannya secara tiba-tiba. Sebagian besar perusahaan mempunyai satu industri yang disebut dengan pemimpin pasar. Industri tersebut memiliki jangkauan pasar paling besar. Industri tersebut berperan sebagai pusat berkumpulnya para pesaing, dan mereka adalah industri yang ditantang, dicontoh atau dihindari.<sup>1</sup>

Penjualan bebas dapat menyebabkan persaingan yang makin ketat, sehingga pembeli lebih cermat sebelum membeli barang. Suatu industri diharuskan untuk lebih inovatif dalam menciptakan sebuah produk.<sup>2</sup> Menurut Kotler, dalam memenangkan persaingan setiap industri mesti bisa menjadil pemenang dalam sebuah persaingan dengan memasarkan produk terbaik yang bisa menarik perhatian konsumen yang terus berubah-ubah.<sup>3</sup>

Mutu suatu produk adalah aspek yang harus diperhatikan utama oleh produsen, mengingat mutu suatu produk berhubungan kuat dengan persoalan minat pembeli.<sup>4</sup> Berdasarkan perencanaan produk, menunjukkan jika pembeli akan tertarik pada produk yang memberikan kualitas, kegunaan, dan pendukung yang baik. Perencanaan ini beranggapan jika pembeli menghargai produk yang diproduksi

---

<sup>1</sup> Bayu Hendrawan Suroso Sri Setyo Iriani, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Beli Mie Sedaap Cup," *Jurusan Manajemen 2*, no. 4 (2016), 1174.

<sup>2</sup> Augusty Ferdinan, *Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2000), 18.

<sup>3</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 11.

<sup>4</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 192.

dengan baik dan merek dapat menunjukkan mutu dan daya guna suatu produk.<sup>5</sup>

Dalam mengembangkan suatu produk, produsen mesti memperhitungkan unsur mutu yang dapat mendukung kedudukan produk di pasaran. Mutu adalah sebuah faktor yang dipehitungkan pembeli sebelum membeli produk. Mutu adalah keadaan dari suatu produk berdasarkan ketepatannya dengan dasar pengukuran yang sudah ditentukan.<sup>6</sup>

Selain mutu barang, harga dirasa sebagai aspek yang paling penting oleh konsumen sebelum membeli sebuah barang. Harga menumbuhkan adanya asumsi yang berbeda di mata pembeli, tergantung dari ciri khas, latar belakang, serta pengaruh lingkungannya. Kebanyakan pembeli agak sensitif terhadap harga, tetapi beberapa di antaranya masih memperhitungkan aspek lain (seperti citra merek, lokasi, pelayanan, dan mutu).<sup>7</sup> Situasi demikian yang membuat industri kesusahan dalam menentukan harga.

Harga dan mutu barang merupakan aspek penting bagi konsumen. Penentuan harga pada sebuah barang harus sesuai dengan mutu barang yang ditawarkan. Harga yang mata mahal dan amat murah dapat berpengaruh pada daya traik pembeli. Harga yang terlalu mahal menjadikan pembeli berpindah ke barang lain yang serupa namun dengan harga yang tergolong rendah, begitupun sebaliknya. Apabila harga yang dipasarkan amat murah pembeli akan bimbang dengan mutu barang yang dijual, sehingga mengurangi ketertarikan pembeli akan produk tersebut.<sup>8</sup>

Dalam persaingan yang ketat sangat berbahaya jika suatu industri hanya mengedepankan barang yang tersedia

---

<sup>5</sup> Usman Effendi, *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), 220.

<sup>6</sup> Dany Prasetyo dan Saino, "Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Yoga Tablet Lenovo di Surabaya," *Jurusan Pendidikan Ekonomi* 2, no. 4 (2014), 2.

<sup>7</sup> Saefuddin Mubarak, *Ekonomi Manajerial & Strategi Bisnis*, (Jakarta: In Media, 2015), 230.

<sup>8</sup> Ruri Putri Utami dan Hendra Saputra, "Pengaruh Harga dan Kualitas Porduk Terhadap Minat Beli Sayurn Organik di Pasar Sambas Medan," *Junal Niagawan Sayuran organik* 3

tanpa upaya khusus untuk kemajuannya.<sup>9</sup> Pengetahuan yang intensif tentang pembeli dapat mempengaruhi keinginan pelanggan untuk membeli barang yang dipasarkan produsen. Salah satu aspek keberhasilan dari metode marketing ialah membuat terobosan baru tentang barang yang selaras dengan keperluan serta kemauan konsumen sasaran. Dengan begitu barang yang sukses ialah produk yang bisa diterima pembeli dengan harga, kualitas, dan kemas yang memenuhi keperluan dan keinginan pembeli.<sup>10</sup>

Minat beli ialah bentuk tingkah laku pembeli dimana pembeli memiliki ketertarikan untuk membeli atau memilah suatu barang sesuai dengan pengetahuan dalam memilih, memanfaatkan dan menggunakan suatu produk.<sup>11</sup> Aspek-aspek yang memberikan pengaruh terhadap keinginan pembelian pemikiran, jika individu merasa bahagia dalam membeli produk atau pelayanan maka hal itu dapat mendorong keinginan pembeli.<sup>12</sup>

Problematika dan GAP yang dihadapi kerajinan monel di Jepara Putra Grup Kriyan Kalinyamatan Jepara ialah banyaknya pesaing yang sama-sama membuat kerajinan monel di Desa Kriyan Kalinyamatan Jepara. Mengingat saat ini perhiasan merupakan hal yang menarik dikalangan kaum wanita maupun pria untuk menunjang penampilan, khususnya kaum wanita. Kerajinan monel di Jepara Putra Grup Kriyan Kalinyamatan Jepara juga melayani pemesanan sesuai dengan permintaan konsumen.

Kerajinan monel di Jepara Putra Grup Kriyan Kalinyamatan Jepara telah menembus berragam kalangan seperti anak muda, masyarakat sekitar kriyan, dan banyak konsumen yang datang dari luar kota Jepara. Namun saat ini

---

<sup>9</sup> Sofjan Assauri *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007), 199.

<sup>10</sup> Dany Prasetyo dan Saino, "Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Yoga Tablet Lenovo di Surabaya," *Jurusan Pendidikan Ekonomi* 2, no. 4 (2014), 2.

<sup>11</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 2*, (Jakarta: Gramedia, 2003), 181.

<sup>12</sup> Arief Adi Satria, "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36," *Jurnal Manajemen dan Star-Up Bisnis* 2, no. 1 (2017), 47.

peminatnya sedikit menurun, tidak seramai dulu. Ditinjau dari pengelolanya sudah baik, ditinjau dari mutu produknya juga menarik, sudah sesuai dengan standar khusus yang ditentukan, mempunyai tampilan yang bagus, memberikan kenyamanan bagi pemakainya. Ditinjau dari harga produk diproduksi terbilang terjangkau bagi seluruh kalangan masyarakat. Sedangkan dari inovasi sendiri sudah membuat/menawarkan produk yang sama yang kualitasnya sama dengan produk yang sudah ada guna memikat konsumen. Jika itu semua sudah sesuai, seharusnya minat beli konsumen semakin banyak dan produksinya pun akan meningkat secara optimal.

Dalam menjalankan bisnis, pelaku bisnis harus selalu mengamati dan mengikuti perubahan *trend* karena sangat berpengaruh terhadap minat beli ulang. *American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar kita di mana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka. Perilaku konsumen sangat mempengaruhi minat beli konsumen sebuah produk, minat beli konsumen pada toko Jepara Putra Grup, khususnya untuk pembelian produk macam-macam kerajinan monel dilihat dari kualitas produk berbagai kerajinan monel yang diproduksi di toko Jepara Putra Grup, kerajinan monel yang sudah diproduksi, sesuai minat para konsumen. Hal tersebut yang mempengaruhi minat beli konsumen untuk membeli kembali produk kerajinan monel yang dijual di toko Jepara Putra Grup.

Toko Jepara Putra Grup menawarkan harga yang dapat dijangkau sesuai sasaran konsumen untuk kalangan menengah ke bawah, kalangan kelas ke atas yang sudah disesuaikan, serta sesuai dengan kualitas produk kerajinan monel yang sudah teruji kualitasnya, maka harga yang ditawarkan sangat mempengaruhi minat beli konsumen bila harga yang ditetapkan di pasar sesuai maka konsumen akan tertarik untuk membeli produk dari kerajinan monel dari toko Jepara Putra Grup. Harga adalah jumlah uang (ditambah produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang serta pelayanannya setelah produk yang diproduksi siap untuk dipasarkan, maka perusahaan akan menentukan harga dari produk tersebut.

Inovasi produk, dimana setiap perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk, inovasi akan menciptakan suatu produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi. inovasi produk di Toko Jepara Putra Grup yaitu bahwa kerajinan monel telah melakukan inovasi yang sama dengan kompetitor yang lain baik dari segi bentuk kemasan, bentuk, dan produk akan tetapi konsumen sudah bisa menerima akan inovasi tersebut dan itu yang menyebabkan minat beli konsumen yang meningkat.

Research GAP pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsimen hasil penelitiannya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsimen, yang diteliti oleh Evi Suwarni, Suharyono Srikandi, Sumandji (2015). Sedangkan kualitas produk yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, yang diteliti oleh Ika Kusumawati (2017).

Pengaruh harga terhadap minat beli konsimen hasil penelitiannya harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsimen, yang diteliti oleh Moh. Martono R.A.P Sri Setyo Iriani (2014). Sedangkan harga yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, yang diteliti oleh Bayu Hendrawan Surososri S.I (2014).

Pengaruh inovasi terhadap minat beli konsimen hasil penelitiannya harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsimen, yang diteliti oleh Dany Prastyo dan Saino (2014). Sedangkan inovasi yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen, yang diteliti oleh Bayu Hendrawan Surososri S.I (2014).

Dari uraian di atas, maka penulis tergugah untuk mengambil studi mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi terhadap Minat Beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara”**.

## B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk terhadap minat beli konsumen di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?
2. Apakah pengaruh harga terhadap minat beli konsumen di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?
3. Apakah pengaruh inovasi terhadap minat beli konsumen di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?

## C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang sudah dibuat, penyelidikan ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui secara empiris pengaruh kualitas produk terhadap minat beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap minat beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara?

## D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Manfaat Teoritis
  - a. Menambah keilmuan ekonomi, terutama ekonomi Islam tentang minat beli pelanggan khususnya terkait kualitas produk, harga, dan inovasi.
  - b. Sebagai bahan acuan untuk penelitian lainnya tentang minat beli pelanggan terutama terkait citra kualitas produk, harga, dan inovasi.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Bagi perusahaan

Hasil penyelidikan ini bisa memberikan saran mengenai pengaruh mutu barang, harga, dan inovasi terhadap minat beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara sehingga bisa digunakan sebagai bahan perhitungan untuk menetapkan konsep perusahaan ke depan supaya bisa bersaing dan mengalami kemajuan.

#### b. Bagi pembeli

Hasil penyelidikan ini diharapkan bisa

diterapkan sebagai materi perhitungan pembeli dalam melaksanakan kegiatan pembelian.

## E. Sistematika Penelitian

Adapun susuna penulisannya ialah sebagai berikut:

### 1. Bagian Awal

Bagian awal ini memuat judul, nota persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, abstraks, daftar isi, dan daftar tabel.

### 2. Bagian Isi

Pada bagian ini tersusun dari lima bab yang saling berkaitan, yaitu:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penyelidikan, manfaat penyelidikan dan sistematika penulisan

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini memuat tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian meliputi kualitas produk, harga, inovasi minat beli, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini memuat mengenai jenis dan pendekatan penyelidikan, lokasi penyelidikan, populasi dan sampel, sumber data, dan definisi operasional variabel, uji validitas dan reliabilitas instrument, metode pengumpulan informasi, dan teknik analisis data.

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat penjelasan lokasi penyelidikan, hasil penyelidikan dan pembahasan dari hasil penyelidikan.

#### **BAB V : PENUTUP**

Dalam bab memuat kesimpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir mencakup daftar pustaka, daftar riwayat pendidikan dan lampiran-lampiran.

