

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi pada umumnya strategi lebih banyak didominasi oleh strategi pemasaran. Jadi bagaimana cara memasarkan produk-produk perusahaan kepada konsumen. Pemasaran dapat berarti menjaga konsumen untuk melakukan pembelian, atau menjaga *image* produk perusahaan agar tetap menjadi pilihan konsumen. Banyak sekali cara – cara dalam memasarkan sebuah produk. Namun pada intinya, dalam melakukan pemasaran kita harus memperhatikan hal – hal seperti kualitas produk, harga produk, dan keragaman produk.

Perkembangan jaman di dunia usaha yang semakin menantang, membuat perusahaan bisa menjadikan sebagai peluang untuk dapat bertahan dimasa yang akan datang. Perusahaan harus lebih aktif dalam mendistribusikan dan memperkenalkan produknya agar dapat terjual sesuai dengan apa yang diharapkan. Dan pastinya agar dapat mempertahankan pangsa pasarnya (Bachriansyah,2011). Menurut Kotler, Bowen dan Makens (1999), minat beli timbul setelah adanya proses evaluasi alternatif dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek maupun minat. Sehingga sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut. Dan pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba akan tercapai (Stanton, 1996). Hal ini pun berlaku pula di dalam persaingan usaha Optik.

Kualitas produk, harga dan keragaman produk harus benar – benar diperhatikan oleh para pelaku usaha Optik pada khususnya, bisa lebih banyak menjaring konsumen baru.

Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli produk adalah kualitas yang terkandung di dalam produk tersebut. Menurut Handoko (2000) kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya). Hal ini sejalan dengan pendapat Aaker (1997) bahwa kesan kualitas memberikan nilai dalam beberapa bentuk diantaranya adalah alasan untuk membeli. Dengan mengutamakan kualitas, konsumen akan bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk tersebut dengan harga berapa pun, karena produk akan senantiasa teringat dan tertanam di benak konsumen. Dalam memajukan usahanya, Optik senantiasa berusaha menjual produk yang berkualitas, serta memiliki nilai lebih dibanding dengan perusahaan yang lain.

Harga pada suatu produk juga merupakan hal yang semakin penting, dengan perusahaan menetapkan harga pada setiap produknya. Dengan begitu, penetapan harga perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Bila harga produk tersebut diterima konsumen, maka produk tersebut akan diterima oleh masyarakat. Penetapan harga suatu produk perlu adanya pertimbangan dari perusahaan yang bersangkutan, namun harus disesuaikan dengan manfaat, kualitas produk, dan nilai yang ada dalam produk tersebut. Menurut Tjiptono, dkk (2008) harga adalah jumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non moneter)

yang mengandung kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu produk. Keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit di jangkau konsumen. Sedangkan bila harga terlalu murah, pangsa pasar dapat melonjak. Akan tetapi, marjin kontribusi dana laba bersih yang di peroleh dapat menjadi sangat kecil, bahkan tidak cukup untuk mendukung pertumbuhan atau ekspansi organisasi. Di samping harga produk, produk yang berkualitas nilai lebih serta keragaman pada produk itu sendiri sangat penting sehingga tampak berbeda dengan produk pesaingnya merupakan tuntutan bagi setiap pelaku usaha.

Menurut Kotler (2002) kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk di miliki, di pakai atau di konsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Sedangkan pengertian keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Engels, 1995). Dengan penyediaan keragaman produk yang baik akan menarik minat konsumen untuk membeli. Hal ini memungkinkan mereka menjadi pelanggan yang setia dan pada akhirnya dapat mencapai sasaran dan tujuan perusahaan.

Dalam perusahaan Optik perlu memperhatikan kualitas produk, harga, dan keragaman produk, sehingga ini akan mendorong minat beli. Pada penelitian ini, objek yang diteliti adalah konsumen Optik Jasa Lensa di Kota Gresik, dimana Optik Jasa Lensa berada di Randuagung. Guna mendorong minat beli, Optik Jasa Lensa harus menawarkan produk yang berkualitas dengan memberikan harga

yang terjangkau dan sesuai dengan produk yang ditawarkan serta memberikan keragaman pada produk dengan menyesuaikan keinginan konsumen, sehingga konsumen lebih tertarik membeli di Optik Jasa Lensa, sekaligus membedakan dengan Optik yang lain.

Berdasar uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk, harga, dan keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Optik Jasa Lensa di kota Gresik. Untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul :

“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Optik Jasa Lensa di Kota Gresik ”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari masalah yang sudah disajikan, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Optik Jasa Lensa Randuagung di kota Gresik?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Optik Jasa Lensa Randuagung di kota Gresik?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Optik Jasa Lensa Randuagung di kota Gresik?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan keragaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Optik Jasa Lensa Randuagung di Kota Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka peneliti ingin mengemukakan tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen dalam meningkatkan pelanggan pada Optik Jasa Lensa di Randuagung, Kota Gresik.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen dalam meningkatkan pelanggan pada Optik Jasa Lensa di Randuagung, Kota Gresik.
3. Mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap minat beli konsumen dalam meningkatkan pelanggan pada Optik Jasa Lensa di Randuagung, Kota Gresik.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan keragaman produk terhadap minat beli dalam meningkatkan pelanggan pada Optik Jasa Lensa di Randuagung, Kota Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Bagi Peneliti

Sebagai pemenuhan kewajiban studi dan menambah pengetahuan serta wawasan sehingga dapat memahami permasalahan yang ada di dunia usaha,

khususnya yang menyangkut tentang kualitas produk, harga, dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen.

2. Bagi pelaku usaha

Sebagai dasar pertimbangan dan masukan yang tepat dalam mengetahui kualitas produk, harga dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi Pelanggan

Sebagai referensi dalam melakukan perbelanjaan dan melakukan pilihan yang tepat dalam berbelanja.

4. Bagi Universitas Muhammadiyah Gresik

Sebagai tambahan daftar kepustakaan dan informasi khususnya faktor kualitas produk, harga dan keragaman produk terhadap minat beli.