

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi telah memperketat persaingan antar pelaku bisnis. Fenomena tersebut memaksa produsen untuk senantiasa berpikir secara kritis dan inovatif serta kreatif dalam merespons dinamika perubahan di berbagai sektor, mulai dari sosial, budaya, politik, hingga ekonomi. Kunci keberhasilan perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif adalah penyusunan strategi korporasi yang terstruktur untuk memenuhi target peningkatan daya saing dan pemertahanan konsumen. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus memaksimalkan produksi barang/jasa sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen.

Seiring dengan kemajuan era global tentunya inovasi banyak terjadi disalah satunya pada perkembangan dari sisi teknologi dan informasi tentunya Indonesia pun mengalami hal yang serupa agar tidak tertinggal dengan Negara lain. Hal ini memudahkan untuk para masyarakat Indonesia untuk melakukan pencarian tentang informasi melalui internet yang sudah disediakan, dengan adanya teknologi juga berharap untuk menggunakannya secara positif. Bahkan hampir semua masyarakat Indonesia sekarang ini banyak yang tidak bisa lepas dari teknologi yang untuk mencari informasi dari internet. Dengan adanya internet juga tentang produk yang menggunakan teknologi sebagai media untuk menginformasikan untuk para calon pelanggan bahwa menyediakan berbagai macam diskon yang menarik.

Pada perkembangan *fashion* yang ada sekarang tentu banyak berbagai macam model pakaian yang ada dari formal maupun non formal. Tentunya semakin banyak perusahaan atau Brand baju mencoba untuk berinovasi menciptakan produk terbaik mereka. Dengan adanya inovasi tersebut semakin banyak pula *trend fashion* yang bermunculan.

Kualitas dari sebuah produk tentunya sangat mempengaruhi dalam konsumen saat menentukan pilihan produk yang akan ditentukan. Tentu perusahaan harus meningkatkan kualitas dari produk yang mereka produksi dan menerapkan *quality control* yang sangat ketat dengan melakukan uji secara berkala. Konsumen secara umum menempatkan kualitas produk sebagai kriteria utama dalam evaluasi terhadap produsen. Kualitas produk pada hakikatnya merupakan karakteristik produk yang mampu memberikan nilai tambah dan kepuasan bagi pengguna.

Harga dari sebuah produk juga harus sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan tentunya. Strategi penetapan harga bertujuan untuk memengaruhi preferensi konsumen sehingga mereka meninggalkan produk sejenis dari pesaing dan memilih produk tersebut. Tentu perbandingan harga yang cukup signifikan dari beberapa produsen yang berbeda atau pesaing yang beragam sangat menentukan konsumen.

Tentunya dengan inovasi yang terus berkelanjutan, kualitas dari suatu produk yang dihadirkan harus mengalami peningkatan agar para konsumen merasa puas dengan produk yang dihadirkan. Dengan mengoptimalkan faktor kualitas produk yang memenuhi standar serta kebijakan penetapan harga yang ramah dikantong para mahasiswa tentunya sangat menarik untuk membelinya. Aspek tersebut tentu ada dalam produk *Godspeed346* yang di mana menawarkan tingkat barang bermutu baik dengan harga yang ekonomis. *Godspeed346* hadir dengan pakaian yang di mana banyak disukai oleh para kaum muda mudi Indonesia karena sangat cocok digunakan pada saat acara santai. Dengan berbagai macam model dan motif yang dihadirkan tentu membuat *Godspeed346* menjadi Brand yang selalu berinovasi agar para konsumen mendapatkan pelayanan yang terbaik.

Godspeed346 berdiri sejak tahun 2011 yang awalnya hanya melayani via *online* saja dengan menggunakan sistem reseller namun seiring berkembangnya *Godspeed346* akhirnya dibuka toko untuk *offline*. Dimulai dari itu terus mengalami perkembangan yang cukup signifikan dan sekarang terus berinovasi menciptakan produk terbaik dimulai dari kemeja, kaos, dan celana yang banyak digemari oleh anak muda. Produk yang di rilis tentunya *limited edition* atau tidak di produksi kembali tentunya hal itu menjadi nilai plus dari produk *Godspeed346* karena tidak menjadi produk yang pasaran dan tentunya menjaga kualitas tetap terjaga.

Selain hal tersebut promosi yang dilakukan juga tergolong cukup baik dengan memanfaatkan media sosial yang ada contoh seperti *Whatsapp*, dan juga *Instagram*, yang selalu

aktif melakukan interaksi dengan konsumen seperti tanya jawab dengan konsumen, masukan dan ide perbaikan untuk pengembangan lebih lanjut, membuat konten lucu seputar produk yang dirilis. Bukan hanya itu *Godspeed346* juga memiliki *marketplace* bagi konsumen yang ingin membeli produk mereka, yaitu Shoppe dan juga bisa *delivery order* area jember kota dan tentunya gratis ongkir agar memudahkan para konsumennya dan juga menjangkau konsumen yang kesulitan atau terbatasnya waktu membuat tidak bisa datang ke toko *offline*.

Pemilihan *Godspeed346* di Jember sebagai lokus penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa usaha tersebut telah eksis dalam waktu yang cukup lama dan mampu mempertahankan keberlangsungan bisnisnya di tengah tingginya kompetisi pada produk sejenis. Produk ini memiliki kualitas yang terjamin disertai tingkat harga yang sesuai dengan daya beli segmentasi pelajar. Peneliti tertarik untuk menganalisis dan menguji pada *Godspeed346* di Jember mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada brand *Godspeed346* di Kabupaten Jember.

1.2 Rumusan Masalah

Dari tinjauan latar belakang yang disampaikan, berikut adalah rumusan masalah yang akan dikaji, yakni:

1. Apakah kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada *brand Godspeed346* di Jember?
2. Apakah harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada *brand Godspeed346* di Jember?
3. Apakah promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada *brand Godspeed346* di Jember?
4. Manakah variabel kualitas produk, harga, dan promosi yang dominan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian *Godspeed346* di Jember?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan ini mengindikasikan orientasi dan sasaran yang hendak dicapai melalui pelaksanaan yang dilaksanakan. Tujuan spesifik kajian ini mencakup:

1. Untuk menguji dan menganalisis tentang pengaruh kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk yang dijual *Godspeed346* di Jember.

2. Untuk menguji dan menganalisis tentang harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk yang dijual oleh *Godspeed346* di Jember.
3. Untuk menguji dan menganalisis tentang promosi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk yang dijual oleh *Godspeed346* di Jember.
4. Untuk menguji dan menganalisis tentang variabel manakah yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian pada produk yang dijual oleh *Godspeed346* di Jember.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari kerangka tujuan kajian yang telah ditetapkan, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi meliputi:

1. Bagi Perusahaan
Studi ini diharapkan menghasilkan temuan yang memiliki nilai tambah mengenai peran kualitas produk dalam memengaruhi keputusan pembelian, yang pada akhirnya dapat menjadi referensi bagi *Godspeed346* dalam mengidentifikasi keinginan pasar.
2. Bagi Akademisi
Dengan adanya temuan ini diantisipasi mampu menjadi sumber referensi kepustakaan di bidang penelitian mengenai pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pelanggan.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Dengan adanya Studi ini diharapkan dapat berfungsi sebagai acuan akademis dan perluasan pemahaman tentang proses pengambilan keputusan pembeli.