

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Dalam zaman modern di Indonesia persaingan bisnis antar perusahaan tidak dapat di anggap mudah. Perusahaan yang menjual berbagai macam produk ataupun jasa harus teliti dalam melihat peluang di dalam persaingan bisnis. Perusahaan harus mampu memenuhi dan memberikan apa yang diinginkan konsumen setiap tahunnya, sehingga bisa mendapatkan nilai lebih dan menarik minat beli konsumen pada produk ataupun jasa yang ditawarkan. Yang awalnya tidak berminat menjadi minat untuk membeli atau menggunakan suatu produk ataupun jasa yang ditawarkan. Apabila hari ini tidak berminat, belum tentu besok juga tidak berminat. Sebab pada dasarnya produk ataupun jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang dapat bersaing di dalam dunia industri.

Di era modern ini industri fashion semakin berkembang dan mengalami peningkatan yang pesat di setiap tahunnya, industri fashion merupakan suatu bisnis besar sehingga sudah benar-benar banyak diminati. Minat beli konsumen ialah hal yang dapat dipengaruhi dengan kualitas produk yang baik, karena pada dasarnya konsumen sudah memilah apa saja produk ataupun jasa dengan kualitas yang baik yang akan mereka beli atau pakai nantinya. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memperhatikan kualitas produk yang mereka tawarkan apa benar sudah sesuai dengan standard dan keinginan konsumen di era modern ini.

Di Indonesia ada berbagai macam sektor diantaranya sektor pertanian, sektor jasa, sektor industri dan juga sektor perdagangan. Sektor perdagangan merupakan suatu kegiatan ekonomi yang mengumpulkan dan menjual kembali barang-barang baru ataupun barang bekas. Perdagangan dapat diartikan perorangan atau badan usaha yang melakukan kegiatan perdagangan untuk mencari sebuah keuntungan.

Gaya hidup masyarakat juga dapat dilihat dari produk dengan kualitas yang mereka pakai setiap harinya. Perusahaan harus mengetahui betul apa saja produk dengan kualitas yang sering dipakai masyarakat agar dapat menjadi strategi bagi perusahaan ke depannya dalam menawarkan produk dengan kualitas yang terbaik.

Perkembangan teknologi pada dunia industri berkembang semakin pesat, dengan adanya berbagai macam teknologi yang berkembang semakin memudahkan bagi para perusahaan untuk memasarkan produk barang atau jasa yang mereka jual. Dengan hal ini perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas produk yang mereka jual sehingga kualitas produk tersebut dapat memenuhi standar dan minat konsumen dalam membeli suatu produk barang atau jasa.

Pada dasarnya kualitas produk merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan dalam memasarkan produknya apalagi dengan banyaknya persaingan bisnis di era teknologi ini. Perusahaan harus lebih memperhatikan sekelilingnya tentang kualitas produk yang harus memenuhi standar dan memenuhi kualitas produk yang baik sehingga dapat menarik minat beli konsumen. Karena minat beli konsumen dapat dilihat dari kualitas produk yang dijual oleh suatu perusahaan apakah sesuai dengan kemauan dan trend yang mereka inginkan, karna pada dasarnya tujuan memasarkan suatu produk ialah untuk mengetahui dan memahami apa saja kemauan serta sifat konsumen dalam melihat kualitas suatu produk.

Mengetahui minat beli konsumen sangat penting untuk kemajuan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa yang mereka jual di waktu yang akan datang. Keberhasilan perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dalam menarik minat beli sangat di dukung melalui upaya membangun komunikasi untuk memenuhi kebutuhan yang konsumen inginkan, menciptakan berbagai produk yang bervariasi serta berbagai pilihan produk itu sendiri, dan menciptakan produk yang sebelumnya belum pernah dibutuhkan oleh konsumen. Dalam proses meyakinkan konsumen untuk berminat membeli suatu produk sangatlah rumit sehingga sering melibatkan pilihan diantara dua atau lebih.

Semakin hari semakin banyak produk sejenis yang lebih unggul dan memiliki kualitas yang baik sehingga semakin banyaknya jumlah perusahaan konveksi pakaian di Palembang. Sehingga membuat konsumen tidak tergantung dengan satu merk dan dengan banyaknya para pesaing maka semakin banyak pula pilihan yang dapat dipilih oleh konsumen yang mungkin sesuai dengan keinginan dan harapan mereka. Sehingga semakin meningkatnya konsekuensi turunya minat beli konsumen di suatu perusahaan oleh karena itu perusahaan harus cermat dan pintar dalam memproduksi produk dimana produk tersebut harus memiliki kualitas yang baik dan benar-benar memenuhi keinginan konsumen.

Perusahaan memang harus menjadikan kualitas produk sebagai senjata dan alat

strategi untuk mempunyai keunggulan dalam persaingan bisnis pasar yang semakin ketat. Suatu produk yang memiliki kualitas tinggi akan memupuk kepercayaan dan minat beli konsumen untuk tetap melakukan pembelian berulang.

Kualitas produk memang sangat erat kaitannya dengan minat beli konsumen kedepannya. Karna jika konsumen telah berminat membeli suatu produk dengan kualitas yang baik mereka akan percaya dan melakukan pembelian berulang karna sudah tau bahwa produk yang dijual memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan kualitas produk di perusahaan lain. Oleh karena itu kualitas produk sangat penting bagi perusahaan yang menjual barang atau jasa.

Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten Arivai merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam pakaian dengan kualitas yang baik. Kualitas produk yang ditawarkan memang sudah memenuhi standard untuk menarik minat beli konsumen. Kualitas produk di Kaos Nyenyas Palembang sudah tidak perlu diragukan lagi karna sejak tahun 2016 Kaos Nyenyas menjadi salah satu produk yang sering menjadi minat beli para orang-orang yang berkunjung atau berwisata ke kota Palembang.

Tabel 1.1
Data Penjualan dan Populasi Kaos Nyenyas Palembang
Cabang Kapten A. Rivai

2020	Bulan	Perbulan	Populasi
	Oktober	Rp. 26.668.922	288
	November	Rp. 38.801.201	365
	Desember	Rp. 46.516.231	451
	Total		1.104

Sumber: Kaos Nyeyes Palembang Cab. Kapten Rivai, 2020

Dari tabel 4.2 dapat di lihat bahwa jumlah data penjualan dan populasi di Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten Rivai selalu meningkat setiap bulannya dimana sudah benar terbukti bahwa kualitas produk yang di tawarkan benar sudah memenuhi standar dan kualitas produk yang baik.

Kaos Nyenyas Palembang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pakaian dan menjadi salah satu tujuan masyarakat Palembang untuk belanja di Kaos Nyenyas Palembang.

Lokasinya juga sangat strategis karena berdekatan dengan rumah penduduk dan juga berada di tengah kota sehingga mudah bagi para konsumen untuk berkunjung dan melihat langsung produk yang dijual.

Kaos Nyenyès Palembang juga merupakan satu-satunya toko oleh-oleh yang menjual barang-barang unik asli dari kota Palembang sehingga wajib dikunjungi jika sedang berwisata ke kota Palembang. Karena kualitas yang diberikan sudah memenuhi standar minat konsumen dengan berbagai macam desain yang mencerminkan atau menceritakan uniknya kota Palembang. Mulai dari *icon* yang unik sampai kata-kata yang benar-benar memakai bahasa Palembang. Kaos Nyenyès juga merupakan satu-satunya usaha yang memasarkan barang yang khas dari kota Palembang.

Kaos Nyenyès Palembang mempunyai beberapa cabang di Kota Palembang. Yang menjual berbagai macam baju dari dewasa hingga anak-anak. Produk yang dijual juga mempunyai daya tahan yang lama dan mempunyai berbagai macam model baju yang unik.

Promosi yang dilakukan juga sudah melalui banyak media sosial misalnya *Instagram, Tiktok* dan *Youtube*. Selain dari media sosial mereka juga menggunakan media luar seperti spanduk dan brosur sehingga konsumen dapat melihat gambaran baju yang dijual di Kaos Nyenyès Palembang. Serta promosi yang sedang dilakukan Kaos Nyenyès mereka bekerja sama dengan *tour and travel* yang berada di kota Palembang. Sehingga selain memasarkan produknya di gerai resmi Kaos Nyenyès Palembang, mereka juga memasarkan produknya di mobil khusus yang berada di beberapa tempat wisata di kota Palembang dan ada juga di bandara Sultan Mahmud Badharudin II Palembang.

Dari penjelasan diatas, penulis ingin melihat bagaimana **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kaos Nyenyès Palembang Cabang Kapten A. Rivai”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah pokok pembahasan ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kaos Nyenyès Palembang Cabang Kapten A. Rivai?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan agar tidak menyimpang dari permasalahan yang diteliti, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini yaitu hanya tentang kualitas produk dan minat beli konsumen pada Kaos Nyenyès Palembang Cabang Kapten A. Rivai.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten A. Rivai.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Secara teoritis dapat menambah wawasan dan pengetahuan dibidang pemasaran dan juga dapat dijadikan pembelajaran khususnya mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten A. Rivai.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan masukan atau bahan pertimbangan terkait hasil pemaparan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten A. Rivai.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberikan informasi yang positif untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten A. Rivai Jalan Kapten A. Rivai No. 28E, Palembang. Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Kaos Nyenyas Palembang Cabang Kapten A. Rivai.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan laporan ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Menurut Indrawan dan Yaniawati (2014:141) data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer yang

digunakan dalam penelitian ini adalah pengisian kuesioner oleh responden, kemudian hasil tersebut dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, misalnya diambil dari media internet Menurut Marzuki (2005:60). Pada penulisan laporan ini data sekunder yang penulis peroleh dari berbagai sumber yaitu buku-buku yang menunjang teori dan data-data tentang perusahaan, sejarah perusahaan serta struktur organisasi.

1.5.3 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian kali ini yang dapat menunjang penulis dalam pengumpulan data ada dua, yaitu :

1. Riset Lapangan

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2017:47) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data responden mengenai kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

2. Riset Kepustakaan

Pada teknik ini penulis menggunakan sumber-sumber tertulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan judul penulisan laporan yang akan dijadikan sebagai landasan teori pada pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

1.5.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2009:115), "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Kaos Nyenyas Palembang yang jumlah populasinya selama 3 bulan terakhir kurang lebih 1.104 (Seribu Seratus Empat) dimana jumlah populasi tersebut tidak tetap di setiap bulannya.

1.5.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *accidental sampling*. Menurut sugiyono (2009:85), *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu konsumen yang secara kebetulan (insidental) bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan populasi diatas, peneliti dapat menentukan berapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin.

Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf Kesalahan (10%)

Dengan rumus diatas, dapat dihitung berapa jumlah sampel yang dibutuhkan yaitu :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{1104}{1 + 1104 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1104}{1 + 1104 (0,01)}$$

$$n = \frac{1104}{11.05}$$

$n = 99,90$ dibulatkan menjadi 100

1.5.5 Analisis Data

Analisis data yang digunakan oleh penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode Kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik (Yusi dan Idris, 2009:102) dengan menggunakan angka atau hitungan sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Penulis akan melakukan perhitungan hasil kuesioner dengan memanfaatkan aplikasi SPSS dengan melakukan pengujian di bawah ini:

1. Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

2. Reliabilitas

Menurut Ghazali (2011:48), pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan oleh responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode *cronbach alpha*, dimana suatu instrument dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,60 atau lebih.

3. Uji t

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variable bebas secara individual terhadap variable terikat. Kriteria pengujian sebagai berikut :

- a. $H_0: b = 0$, artinya terdapat tidak pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen
- b. $H_a: b \neq 0$, terdapat pengaruh secara parsial pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen
- c. H_0 diterima jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikan t hitung lebih besar dari 0,05
- d. H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$ dan signifikan t hitung lebih kecil dari 0,05

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan adjusted R^2 untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. pemilihan adjusted R^2 tersebut karena adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi (R^2). kelemahannya adalah bias terhadap jumlah variabel independen maka R^2 pasti meningkat, tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, menggunakan nilai adjusted R^2 pada saat mengevaluasi. Nilai adjusted R^2 dapat naik atau turun apabila jumlah variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2011 : 45). Rumus untuk menghitung Koefisien Determinan (KD) adalah $KD = R^2 \times 100\%$.

5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2014,270): “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Persamaan Umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Subjek dalam Variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga Y bila X = 0 (harga kontan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

6. Skala Pengukuran

Rumus perhitungan kuesioner dan kriteria interpretasi skor yang digunakan adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial (Riduwan, 2011:38). Skala Likert terdapat lima alternatif jawaban yang dapat dipilih oleh responden atas setiap pernyataan yang ada dengan menggunakan skor 1-5.

Tabel 1.2
Tingkatan Pengukuran Skala Likert

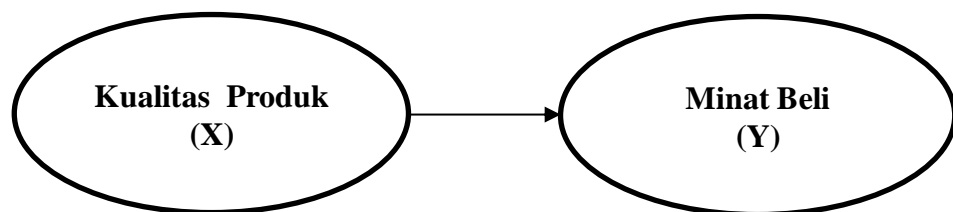
Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Riduwan, 2011

1.5.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini terdiri atas variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X) dan variabel terikat yaitu Minat Beli (Y). Teknik ini menggunakan teknik regresi sederhana dimana teknik tersebut akan menguji hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antara variable bebas dan variable terikat. Seperti pernyataan Arikunto (2002: 296) bahwa “*analisis regresi* sederhana adalah analisis tentang hubungan antara satu dependen variabel dengan satu independen variabel”. Jadi dalam penelitian ini variabel yang menjadi objek penelitian yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*) yaitu variabel yang menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel terikat.pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu Kualitas Produk (X).
2. Variabel Terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Pada penelitian ini variabel terikatnya yaitu Minat Beli (Y).



Gambar 1.1

Konseptual Kerangka Berpikir