

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Masyarakat di Indonesia khususnya kota Palembang merupakan masyarakat yang mayoritasnya beragama Islam, maka dari itu tidak jarang pula para kaum muslima mengenakan hijab dan mereka juga merupakan masyarakat yang mempunyai pola pikir yang sudah maju dan moderen. Tentunya konsumen tersebut akan memilih mana kualitas produk yang bagus serta harga yang pas buat para konsumen.

Keputusan konsumen dalam membeli suatu produk merupakan suatu tahap proses keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian produk.¹ Proses keputusan pembelian konsumen tersebut didasarkan pada beberapa tahapan yaitu proses pengenalan masalah (kebutuhan), pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan terakhir perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua factor biasanya berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.²

Pemasaran merupakan proses sosial yang dengan proses tersebut individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.³ Ada beberapa hal yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan untuk mencapai keunggulan yang kompetitif, salah satu strateginya adalah dengan menerapkan konsep

¹ Philip Kotler, dan Garry Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran* (Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2004), hlm.227

² Nugroho J. Setiadi, *Manajemen Pemasaran*, 2011, hlm 332

³ Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Gramedia, 2005), 10

pemasaran modern yang berorientasi pelanggan karena pelanggan merupakan ujung tombak keberhasilan pemasaran.⁴

Perusahaan busana muslim yang ada di Palembang salah satunya Elzatta. Elzatta merupakan merek lokal yang turut andil memberikan inovasi baru dan konsep yang unik dalam bisnis busana muslim. Sebagai merek lokal asli Indonesia, Elzatta termasuk merek yang sukses merebut pangsa pasar yang cukup signifikan. Dampak nyata dari kesuksesan Elzatta adalah dengan terus berlangsungnya penambahan cabang diseluruh pelosok negeri, ini menunjukkan bahwa semakin diminatnya produk-produk Elzatta ditengah maraknya merek-merek baru yang membanjiri pasar saat ini seperti Rabbani, Zoya, Mezora, Keke, dan Elzatta.⁵

Perusahaan Elzatta dalam memasarkan produk akan memberikan kualitas produk dengan bahan-bahan seperti sipon, spandek, jersey, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Elzatta juga memberikan potongan harga yang tidak menentu, seperti di bulan januari dan february 2017 elzatta memberikan potongan harga sebesar 50% untuk pembelian celanajeans dan mendapatkan hadiah atau kado dari Elzatta jika berbelanja sebanyak Rp.499.000.jika konsumen ingin menjadi anggota member elzatta konsumen belanja minimal 3 item langsung dapat gratis member elzatta dan dapat potongan harga 10%. Selain itu ada juga barang yang diberi potongan harga walaupun tidak menjadi member.Elzatta juga mempromosikan barang lewat whatshap, line, internet, sms, iklan, dan katalog online dan lain sebagainya.⁶adapun data jumlah pelanggan pada Tahun 2015 - Tahun 2016 dapat dilihatpada Tabel 1.1 dibawah ini :

⁴Fandy Tjiptono, *Brand Management dan Strategy*, (Yogyakarta: Andi, 2005), 100

⁵ Etin Rohaetin, *Pengaruh kesadaran Merek dan kesan kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Elzatta*, skripsi, (Cirebon : IAIN Syekh Nurjati, 2015)

⁶Hasil wawancara dengan Aryo Wibowo, Pic galeri elzatta Palembang, tanggal 2 Maret 2017

Tabel 1.1

Data jumlah pelanggan Galeri Elzatta Palembang

Tahun	Jumlah pelanggan
2015	1254
2016	2968

Sumber : Galeri Elzatta Palembang

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah pelanggan dari 2015 – 2016.

Adapun *research gap* tentang penelitian terdahulu tentang pengaruh kualitas produk, potongan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.2

Research gap pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	Hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Intan Suti (2010) 2. Rosvita Dua Lembang (2010) 3. Nova Dhita Kurniasari (2013)
	Hasil penelitiannya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan	1. Okky wenkyca widodo (2012)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.2 menurut beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Menurut Intan Suti, Nova Dhita Kurniasari, Rosvita Dua Lembang menyimpulkan bahwa hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Okky wenkyca widodo menyimpulkan bahwa hasil penelitiannya berpengaruh positif tetapi tidak signifikan.

Tabel 1.3

Research gap pengaruh Potongan Harga terhadap keputusan pembelian

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh Potongan Harga terhadap keputusan pembelian	Hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Marchelyno SundalangiSilvya L, Mandey, Rotinsulu Jopie Jorie (2014)

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber

Dari tabel 1.3 menurut beberapa penelitian terdahulu tidak terdapat perbedaan mengenai pengaruh Potongan Harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.4
***Research gap* pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian**

	Hasil penelitian	Peneliti
Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian	Hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Asih Purwanto (2008) 2. Dimas Bagus Farizki (2011) 3. Jackson R.S Weenas (2013)
	Tidak berpengaruh signifikan	1. Steven Edbert, Altje Tumbel, Willem Alfa Tumbuan (2014) 2. David Jayadi dan Drs. Suryono Budi santoso,M.M

Sumber : dikumpulkan dari berbagai sumber.

Berdasarkan tabel 1.4 menurut beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan antar pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian. Menurut Asih Purwanto, Dimas Bagus Farizki, Jackson R.S Weenas menyimpulkan bahwa hasil penelitiannya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Steven Edbert, Altje Tumbel, Willem Alfa Tumbuan, David Jayadi dan Drs. Suryono Budi santoso,M.M menyimpulkan hasil penelitiannya tidak berpengaruh signifikan.

Berdasarkan uraian latar belakang dan penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta adanya ketidaksamaan hasil penelitian, peneliti ingin meneliti kembali pengaruh kualitas produk, potongan harga dan promosi terhadap keputusan pembelian, maka untuk itu penulis tertarik melakuakn penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak di teliti yaitu :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Elzatta Cabang Palembang?
2. Bagaimana pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian pada Elzatta Cabang Palembang?
3. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Elzatta Cabang Palembang?
4. Bagaimana pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang?

C. Batasan Masalah

Untuk menjaga agar penulisan skripsi ini lebih terarah dan fokus serta menghindari pembahasan yang menyimpang dari rumusan masalah yang hendak diteliti, maka penulis membatasi masalah hanya pada pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang. Dasar pemilihan adalah untuk memudahkan proses pengumpulan data.

D. Tujuan Penelitian dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk memenuhi kewajiban mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang akan menyelesaikan pendidikan guna memperoleh gelar Sarjan Ekonomi (SE). Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang.
- b. Untuk mengetahui Pengaruh Potongan Harga terhadap keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang.
- c. Untuk mengetahui Pengaruh Promosi terhadap keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang.
- d. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Elzatta Cabang Palembang.

2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan memberikan kontribusi pada pengembangan disiplin ilmu Ekonomi dan Bisnis, diantaranya melalui penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca mengenai pengaruh kualitas

produk, potongan harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berikut ini:

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh di perkuliahan pada jurusan ekonomi dan bisnis islam fakultas FEBI UIN Raden Fatah Palembang, serta menambah ilmu dan wawasan bagi penulis serta sebagai syarat lulus dari UIN Raden Fatah Palembang.

2. Bagi Galeri Elzatta Hijab

Diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan usahanya dan membantu dalam mengembangkan strategi untuk menghadapi persaingan pasar.

3. Bagi Akademisi

Sebagai bahan kajian bagi para pembaca, para praktisi khususnya bagi mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UIN Raden Fatah Palembang serta dapat dijadikan bahan acuan dan perbandingan dalam meneliti dan mengkaji masalah yang sama untuk penelitian selanjutnya.

C. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan ini lebih mudah dipahami, maka akan disajikan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang pendahuluan yang memuat berbagai ketentuan formal sebuah penelitian ilmiah, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan kegunaan dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab ini berisi tentang pengertian kualitas produk, potongan harga, promosi, dan keputusan pembelian,

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, pembahasan dan hasil penelitian dengan menggunakan spss 16 yaitu pengaruh kualitas produk, potongan harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Elzatta cabang Palembang.

BAB V PENUTUP

Bab kelima ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil kegiatan penelitian yang telah dilakukan.