

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era modern saat ini kebutuhan akan sandang terutama penampilan/ mode gaya pakaian sangatlah penting bagi satu individu. Salah satunya yang sangat digemari oleh kalangan masyarakat banyak yaitu Jersey. Jersey merupakan pakaian bagian atas yang dapat menunjang kepercayaan diri seseorang, dengan memilih model yang casual dan nyaman digunakan kaos tersebut dapat menjadi pilihan utama masyarakat yang ingin berpergian dengan santai atau hanya sekedar digunakan di dalam rumah. Biasanya anak muda sekarang lebih menyukai untuk menggunakan pakaian seperti kaos dikarenakan memiliki model yang simple dan nyaman digunakan oleh sehari-hari baik digunakan oleh pria maupun wanita. Dan seringkali kebanyakan orang lebih suka kaos tersebut diberi desain gambar yang unik yang sesuai dengan selera dari masing-masing orang. Jersey sendiri diberikan desain untuk memberikan kenyamanan kepada penggunanya. Selain itu pada saat ini sering kali banyak perusahaan yang ingin menampilkan lebih banyak produk yang di produksi kepada masyarakat dengan membuat iklan seperti di media social dan media lainnya. Seperti yang banyak kita ketahui sekarang ini banyak sekali pengguna Instagram yang ikut untuk memasarkan produk yang perusahaan tersebut jual. Apakah dengan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dengan membuat iklan di media social dan media lainnya dapat meningkatkan minat beli sebanyak yang diharapkan oleh perusahaan tersebut.

Selain dari hal diatas dapat diketahui juga bahwa pengembangan usaha dan pembukaan usaha semakin di lirik dan diminati oleh masyarakat dan pemerintah, untuk dijadikan salah satu upaya dalam kegiatan mengurangi pengangguran dan kemiskinan di negara ini. Percetakan/ sablon telah menjadi tren dimana-mana dan menghasilkan produk yang sangat bermanfaat bagi masyarakat luas. Contoh produk yang dihasilkan oleh percetakan sablon adalah seperti yang telah saya jelaskan diatas yaitu berupa tulisan atau gambar pada kaos, bendera, spanduk, umbul-umbul, dan lain-lain. Dan salah satu yang paling mudah diusahakan saat ini adalah sablon pada kaos. Barang kebutuhan primer ini sangatlah banyak jenis gambar yang merupakan hasil dari percetakan sablon.

Persaingan bisnis developer sekarang ini, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk yang sudah ada maupun produk yang dipasarkan oleh pesaing. Manfaat produk dapat disampaikan melalui ciri-ciri produk berwujud, salah satunya adalah kualitas produk. Kualitas merupakan salah satu faktor pertimbangan perusahaan sebelum melakukan pemasaran. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk didalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar, warna, bentuk, pembungkus dan sebagainya. (Handoko, 2018).

Kotler & Keller (2017) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Dapat disimpulkan bahwa minat beli konsumen adalah niatan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian berlangsung. Adapun indikator minat beli menurut Ferdinand (dalam Veronika, 2017:24), yaitu:

- a. Minat transaksional
- b. Minat referensial
- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif.

Menurut Tjiptono & Chandra (2017) istilah kualitas mengandung berbagai macam penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level universal (sama di manapun), kultural (tergantung sistem nilai budaya), sosial (dibentuk oleh kelas sosial individu, secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat. Definisi berbasis manufaktur ini kurang relevan untuk sektor jasa. Oleh sebab itu pemahaman mengenai kualitas kemudian diperluas menjadi “fitness for use dan conformance to requirements”.

Parasuraman dalam Lupiyoadi (2018) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan

keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Menurut Monroe dalam Sari (2017) harga merupakan pengorbanan ekonomis yang dilakukan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dari sudut pandang pemasaran merupakan suatu moneter atau ukuran lainnya (termaksud barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa (Dinawan, 2018). Menurut Kotler dan Armstrong dalam Wiratama (2017) harga juga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Menurut Agusty Ferdinand dalam Dinawan (2017) harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk.

Minat beli (*purchase intention*) merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk/jasa tertentu, serta berapa banyak unit produk/jasa yang dibutuhkan pada periode tertentu (Kumala, 2018). Minat beli merupakan instruksi dari konsumen untuk melakukan pembelian atas suatu produk, melakukan perencanaan, mengambil tindakan yang relevan seperti mengusulkan, dan akhirnya mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

Kegiatan promosi diharapkan dapat berperan secara berarti dalam meningkatkan volume penjualan dan market share-nya. Selain itu kegiatan promosi diharapkan untuk mempertahankan ketenaran merek selama ini dapat ditingkatkan, bila menggunakan promosi dengan tepat. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk mempengaruhi calon pembeli sehingga dapat mencapai tujuan dan sasaran perusahaan (Isnaini, 2017:56).

Penjelasan di atas percetakan jaman sekarang sudah berkembang sangat pesat, dan ada pun jenis percetakan sablon yaitu manual masih menggunakan tenaga manusia yaitu dengan alat screen, penyaring, dan lain-lain. Sedangkan percetakan modern sudah menggunakan perangkat computer sebagai tempat desain gambar dan printer khusus sablon yang sudah bisa mencetak ke gambar lain. Dengan cara membuat iklan dan promosi penjualan dapat benar-benar terjadi, dikarenakan pada

sekarang ini memang tidak bisa dipungkiri bahwa persaingan yang ketat dalam bisnis ini mengingat sudah banyak yang menjalankan bisnis ini di masyarakat. Oleh karena itu strategi persaingan yang matang sangat dibutuhkan dalam bisnis ini.

Tabel 1.1

JUMLAH BARANG TERJUAL

JUMLAH BARANG TERJUAL	
TAHUN	JUMLAH BARANG
2018	9270
2019	9782
2020	7835
2021	6945
2022	8350
JUMLAH	42182

Sumber : Data Penjualan PT. Ghanior (2022)

Data penjualan pada tahun 2018 sampai dengan 2021 mengalami naik dan turun. Pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2019 mengalami kenaikan penjualan, dan pada tahun 2019 sampai dengan 2021 mengalami penurunan dikarenakan pandemic COVID-19. Pada tahun 2021 sampe dengan 2022 mengalami kenaikan lagi dikarenakan keadaan sudah mulai baik. Oleh seba itu penulis tertarik untuk untuk mengambil Topik penjualan Jersey.

Dengan latar belakang masalah tersebut maka tersiratlah dipikiran penulis untuk membuat penelitian yang berjudul : **“Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Produk Terhadap Minat Beli Jersey Pada PT. Ghanior”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan maka rumusan masalah yang dapat diambil adalah:

1. Apakah promosi berpengaruh terhadap minat beli Jersey PT. Ghanior?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap minat beli Jersey PT. Ghanior?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli Jersey PT. Ghanior?
4. Apakah Produk berpengaruh terhadap minat beli Jersey PT. Ghanior?

5. Apakah promosi, persepsi harga, kualitas pelayanan dan produk terhadap berpengaruh pada minat beli Jersey PT. Ghanior?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli Jersey pada PT. Ghanior.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap minat beli Jersey pada PT. Ghanior.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli Jersey pada PT. Ghanior.
4. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap minat beli pada Jersey PT. Ghanior.
5. Untuk mengetahui pengaruh promosi, persepsi harga, kualitas pelayanan dan produk terhadap minat beli Jersey pada PT. Ghanior.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari proposal penelitian ini akan diberikan kepada dosen matakuliah metode penelitian Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti. Dimana penelitian ini bermanfaat sebagai kajian untuk menambah wawasan penelitian tentang iklan dan promosi serta volume penjualan pada suatu perusahaan.
2. Bagi Perusahaan. Yaitu bermanfaat sebagai alat ukur perusahaan apakah dengan melakukan kegiatan pengiklanan dan promosi dapat mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan tersebut.
3. Bagi Kampus. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat menambahkan referensi STEI Jakarta. Selain itu, laporan hasil penelitian tersebut nantinya dapat memperbanyak daftarrujukan di perpustakaan STEI Jakarta sehingga bisa digunakan oleh dosen maupun mahasiswa dalam pembelajaran untuk mengetahui penerapan dari teori ke praktik.

4. Bagi Peneliti selanjutnya. Yaitu sebagai bahan referensi ilmiah penelitian dalam mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan iklan dan promosi terhadap volume penjualan pada perusahaan.