

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Perubahan drastis industri di Indonesia sangat dipengaruhi oleh hadirnya telepon seluler. Telepon, yang selama ini merupakan barang mewah hanya diperuntukkan bagi segelintir orang, kini telah tersedia bagi hampir semua orang. Banyak produsen perangkat komunikasi kini memperkenalkan produk baru dengan teknologi yang semakin kompleks. Merek-merek seperti Vivo, Oppo, Samsung, Apple, Lenovo, dan Huawei telah bersaing ketat dengan brand-brand papan atas lainnya, menghadirkan berbagai pilihan kepada konsumen. Salah satu jenis ponsel yang berkembang pesat di zaman ini adalah iPhone, produk dari perusahaan Apple. iPhone secara resmi memasuki pasar Indonesia pada tahun 2007 dan mampu bersaing secara kompetitif di sana. Apple, yang juga dikenal sebagai sistem operasi iPhone OS, berhasil menarik perhatian konsumen di Indonesia dengan inovasi dan kualitas produknya. iPhone memiliki kemampuan yang lebih baik dalam melakukan perekaman video, pengambilan foto, memutar musik, mengirim dan menerima email, menjelajah web, serta mengirim SMS. Selain itu, berbagai fungsi lainnya, mencakup bermain game, navigasi GPS, dan perangkat sosial dapat diakses (Nistanto, 2014).

Perusahaan Icond Store adalah Perusahaan yang menjual Iphone bekas yang berada di Kabupaten Jembrana. Perusahaan tersebut berdiri pada tahun 2019 hingga sekarang. Setiap tahun Perusahaan Icond Store selalu mengalami penurunan penjualan. Tidak sedikit konsumen berminat membeli produk tanpa pertimbangan terlebih dahulu dan hanya untuk gengsi saja, ada baiknya perusahaan bisa memahami pentingnya cara memperkenalkan produknya sehingga orang berminat untuk membelinya, baik dari

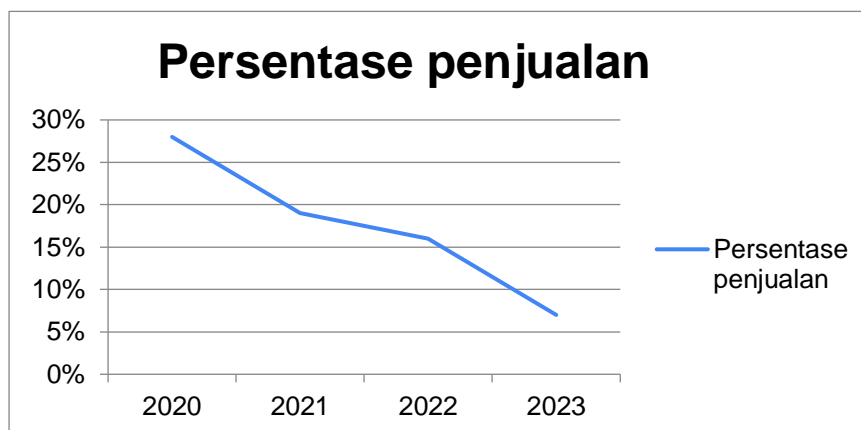
memperkenalkan mereknya, cara pemasarannya serta cara promosi yang unik dan bagus sehingga Masyarakat berminat untuk membelinya.

Fenomena yang terjadi menurut data yang di diperoleh pada tahun 2020-2023 Perusahaan Icond Store mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya, pada tahun 2020 perusahaan icond store memang lagi sedang ramai dalam penjualan karna perusahaan Icond Store adalah Perusahaan pertama penjualan hanphone Iphone bekas di Kabupaten jembrana sehingga masyarakat tidak jauh lagi untuk mencari hanphone Iphone tersebut. Setelah itu pada tahun 2021 Perusahaan Icond Store mulai mengalami penurunan penjualan dikarenakan Masyarakat udah pada memiliki hanphone Iphone sehingga itu yang menyebabkan turunnya penjualan juga menurut pemilknnya kurangnya stok yang di miliki sehingga itu yang menyebabkan penurunan penjualan. Setelah itu pada tahun 2022 Perusahaan Icond Store mengalami penurunan penjualan yang sangat jauh di bandingkan 2020 di karenakan pada tahun 2022 itu adanya Perusahaan baru yang serupa yang bernama Doing Gadget inilah penyebab turunnya penjualan pada Perusahaan Icond Store menurutnya. Serta pemiliknya juga bilang dimana Doing Store adalah satu-satunya Perusahaan di Jembrana menawarkan ponsel bekas dari seri Ibox yang diminati banyak orang. Ponsel-ponsel ini dijual melalui harga terjangkau, akan tetapi tetap mempunyai kualitas unggul yang tidak perlu diragukan lagi.

Pada tahun 2023 hingga bulan September, Icon Store mengalami penurunan penjualan yang signifikan. Persaingan yang semakin ketat memaksa produsen untuk terus berinovasi dengan maksimal. Perusahaan telah menerapkan beragam metode pemasaran untuk membangun dan mempertahankan karakter yang berbeda, yang mungkin sulit untuk dikembangkan. Mereka terus mengembangkan ide-ide dan strategi yang kreatif dan juga inovatif untuk tetap kompetitif di pasar. Sehingga Perusahaan

Icond Store dapat mempertahankan kepercayaan Masyarakat agar produk yang di miliki selalu menjadi yang terbaik.

Gambar 2.1
Data Persentase Penjualan
Periode 2020-2023



Sumber:Perusahaan Icond Store 2023

Berdasarkan data dilapangan atau wawancara yang saya lakukan pada Masyarakat yang berdomisili Kabupaten Jembrana dengan beberapa pertanyaan tentang Perusahaan Icond Store selaman 6 hari dimana dari 30 orang yang saya wawancara (24 orang) menyatakan bahwa harga yang diberikan bagi perusahaan Icond Store tidak selaras terhadap harga yang di inginkan kepadanya serta dia berkata apalagi saat ini ekonomi sulit jadi dia tidak sama sekali berminat untuk membelinya karna harga yang terlalu tinggi dan untuk (6 orang) menyatakan bahwa harga yang di tawarkan sesuai dengan dirinya dengan alasan ini harga murah kalau di bandingkan dengan Perusahaan yang lainnya.

Selain itu juga dimana dari 30 orang yang saya wawancara (18 orang) menyatakan bahwa kualitas yang di dikeluarkan oleh Perusahaan tidak selaras terhadap harga yang di berikan konsumen, mulai dari kualitas kecepatan hanphone, kualitas suara,kualitas fitur-fitur dan persentase baterai yang di berikan namanya hanphone second pasti ada aja kendalanya itu yang membuat dia tidak berminat untuk membelinya dan juga

(12orang) menyatakan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai aja sehingga dia berminat untuk membelinya akan tetapi membutuhkan waktu karna masih mengumpulkan uang untuk membelinya. Hal ini menyebabkan penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Icond Store untuk mampu mengetahui lebih lanjut terkait bagaimana dampak harga dan kualitas produk bagi minat beli produk sehingga memilih Icond Store di antara Perusahaan sejenis di daerah Kabupaten Jembrana.

Menurut pendapat yang disampaikan Kotler dan Keller dalam Widodo (2022), Minat beli ialah respons yang muncul sebagai hasil dari adanya suatu objek dan mencerminkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu, minat beli berfungsi sebagai preferensi pelanggan sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian atau pembelian ulang.

Sebelum seorang konsumen membentuk minat beli terhadap produk dari suatu perusahaan, biasanya mereka mempertimbangkan berbagai alasan terlebih dahulu. Salah satu faktor utama yang dipertimbangkan adalah harga, karena harga merupakan aspek yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam pembelian produk, mencakup itu barang ataupun jasa.

Merujuk pada penjelasan Kotler dan Keller (2018:67), Harga sebagai satu-satunya elemen bauran pemasaran yang menciptakan penghasilan, sementara aspek lainnya berkontribusi terhadap pengeluaran. Selain harga, kualitas produk juga sangat penting untuk kesuksesan produk. Adanya kualitas dari produk dan juga suatu keputusan pembelian memiliki hubungan erat yang sulit dipisahkan. Strategi pasar diperlukan agar memiliki keunggulan bersaing, yang dapat dicapai melalui kualitas produk yang unggul. Menurut Tjiptono (2008), kualitas produk adalah kualifikasi yang ditunjukkan dari suatu perusahaan supaya bisa bersaing dipasaran.

Keberhasilan suatu produk dapat diukur melalui sampai dimana produk tersebut diminati oleh masyarakat. Keputusan membeli menjadi faktor penentu apakah produk tersebut mampu bertahan di pasar. Menghadapi persaingan yang sangat ketat, *Apple* memerlukan strategi pemasaran yang efektif agar calon konsumen tertarik untuk membeli produk iPhone.

Resti (2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwasanya minat beli ialah proses perencanaan konsumen dalam melaksanakan pembelian produk dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Faktor-faktor tersebut meliputi banyaknya produk yang diperlukan pada periode tertentu, serta harga dan kualitas produk tersebut.

Pada studi terdahulu oleh Ahmad Fauzan dan rekan-rekan (2019), menyimpulkan bahwasanya harga dan juga kualitas dari produk mempunyai suatu bentuk dampak yang positif signifikan untuk suatu daya beli. Mereka menemukan bahwa kedua faktor tersebut secara positif mempengaruhi minat beli konsumen. Sementara itu, studi oleh Herlina Milansari dan tim (2021) memperlihatkan harga dan kualitas produk mempengaruhi minat pembelian dengan simultan dan individual pada usaha Sweetin.

Menurut Malau dalam Ilmiah (2020), Harga mengacu pada nilai moneter yang diberikan pada komoditas dan jasa, yang berfungsi sebagai alat pertukaran untuk memperoleh kepemilikan atau akses terhadap barang atau jasa tersebut. Harga menjadi satu elemen dalam pemasaran yang menciptakan penerimaan penjualan. penetapan harga yang tepat menjadi kunci kesuksesan perusahaan dan dapat membuat produk perusahaan tersebut unggul dibandingkan dengan produk pesaing. Sesuai dengan studi Rizqy Tsaniya (2022), Harga beli dapat mempengaruhi minat beli konsumen produk kopi di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. Namun, dalam temuan Tian Anisa Wahyuni (2022), harga dikatakan memiliki pengaruh yang bersifat negatif terhadap adanya suatu minat beli dari masyarakat.

Menurut Kotler (2005), Adanya kualitas dari suatu produk akan mampu mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan yang tersirat yang diinginkan oleh konsumen. Saat produk pesaing masuk pada kategori mempunyai kualitas mumpuni daripada produk lainnya, Penelitian oleh Ade Bagus Saputra (2021) mengatakan kualitas barang atau produk memiliki dampak yang signifikan bagi daya beli konsumen. Namun, temuan Nico Rifanto Halim (2019), menjelaskan kualitas produk justru menyumbang dampak negatif bagi adanya minat beli.

Berlandaskan pembahasan dari pemamaparan diatas, jadi tujuan penelitian ini juga untuk mengkonfirmasi bahwa masih adanya gap atau pertentangan hasil penelitian sebelumnya. Penulis terdorong melaksanakan sebuah kajian studi pada kualitas produk bagi minat beli Iphone second pada Icond Store. Hal ini menjadi latar belakang dalam melakukan suatu penelitian melalui pengambilan topik “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphone Second Di Icond Store Kabupaten Jembrana”

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan pada latar belakang permasalahan yang telah dijabarkan identifikasi masalahnya mencakup:

1. Menurunnya penjualan pada produk Iphone di Icond Store
2. Harga yang terlalu tinggi yang menyebabkan Masyarakat tidak berminat untuk membelinya serta juga kualitas produk dari Icond Store juga yang tidak sesuai harga yang akan di jual sehingga dapat mengurangi minatnya Masyarakat untuk membelinya pada perusahaan Icond Store.
3. Timbulnya persaingan antara Perusahaan Icond Store terhadap Perusahaan lainnya.
4. Penelitian ini juga untuk mengkonfirmasi bahwa masih adanya gap atau pertentangan dari hasil penelitian sebelumnya.

1.3 Batasan Masalah

Merujuk kepada identifikasi masalah yang berlangsung di Icond Store penelitian yang dilakukan ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel harga, kualitas produk dan minat beli produk Iphone second di Icond Store.

1.4 Rumusan Masalah

1. Apakah harga berpengaruh bagi minat beli produk Iphone second di Icond Store ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh bagi minat beli produk Iphone second di Icond Store?
3. Apakah Harga dan Kualitas Produk berpengaruh bagi minat beli produk Iphone second di Icond Store?

1.5 Tujuan Penelitian

Studi ini pun berupaya mengujikan pengaruh dari:

2. Harga bagi minat beli produk Iphone second di Icond store
3. Kualitas produk bagi minat beli produk Iphone second di Icond store
4. Harga dan kualitas produk bagi minat beli produk Iphone second di Icond store.

1.6 Manfaat Hasil Peneliti

Diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini akan membawa sejumlah manfaat baik dalam teori maupun praktik, yang meliputi:

1. Manfaat Teoretis

Diharapkan hasil riset ini mampu memberi sumbangan berguna dalam meningkatkan pemahaman dan pengembangan ilmu, terutama dalam bidang manajemen pemasaran, dengan fokus khusus pada pengaruh harga dan juga kualitas pada produk bagi minat beli konsumen.

2. Manfaat Praktis

Harapan dari hasil riset ini adalah memberikan informasi berharga kepada Icond Store sebagai tambahan referensi dan pertimbangan terkait kebijakan harga dan kualitas produk, yang sangat memengaruhi minat beli

