

BAB I

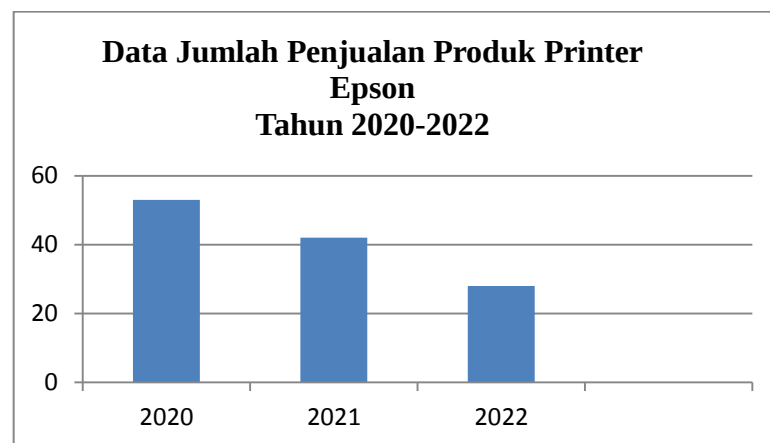
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam suatu perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing dalam memberikan penawaran produk yang inovatif, sehingga tercipta suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhan dan seleranya, maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produk-produknya dan juga menjaga citra baik perusahaan bagi pelanggan. Produk printer sangat dibutuhkan oleh banyak kalangan masyarakat khususnya mahasiswa ataupun sekolah.

Pada umumnya terjadi jual beli dikarenakan terjadinya minat beli konsumen dimana konsumen membeli barang atau jasa yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berbeda antara niat atau keputusan pembelian. Citra merek sangat berpengaruh besar kepada konsumen dikarenakan konsumen lebih sering membeli produk dengan merek yang dikenal karena konsumen lebih nyaman dan adanya asumsi bahwa merek dikenal lebih dapat diandalkan, selalu tersedia mudah dicari, dan memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi.

Salah satu perusahaan yang menjual mesin printer bermerek Epson ataupun yang lainnya adalah PT. Pixelindo yang beralamat di Jl.Wahidin No.124, Panda Hulu II, Kec.Medan Area, Kota Medan Sumatera Utara. Berikut Ini adalah data penjualan Produk printer Epson Periode Tahun 2020 – 2022 dapat dilihat pada gambar diagram berikut ini.



Gambar 1. 1
Grafik Jumlah Penjualan Produk Printer Epson
 Sumber : PT. Pixelindo

Dilihat dari Gambar 1.1 dapat disimpulkan mengenai data penjualan di PT.Pixelindo mengalami naik turunnya produk Printer Epson, dapat dilihat adanya penjualan pertahun pada tahun 2020 penjualan printer Epson di PT.Pixelindo terjual hanya 53 Produk yang terjual, Kemudian ditahun 2021 penjualan printer Epson di PT.Pixelindo mengalami penurunan penjualan sebesar 48 produk Epson yang terjual, Kemudian ditahun berikutnya di tahun 2022 Penjualan produk Epson di PT. Pixelindo mengalami penurunan yang dratis yaitu sebesar 28 Produk printer Epson yang terjual dibanding dengan tahun sebelumnya yang mengalami penurunan penjualan dikarenakan tidak selalu ada konsumen datang

membeli pada produk printer Epson di PT. Pixelindo. Tentu saja hal ini menjadi penurunan pada Produk printer Epson disebabkan kurangnya minat beli terhadap Produk printer Epson dikarenakan adanya produk mesin printer lain.

Hal ini semakin terbuka lebar bagi peluang pasar khususnya industri dibidang elektronik untuk mengeluarkan produk yang lebih unggul dan diminati oleh masyarakat. Dimana minat beli cenderung menurun terhadap produk printer Epson dikarenakan banyak nya produk – produk bermerek yang mempunyai keunggulan yang lebih canggih sehingga minat beli masyarakat sangat berpengaruh terhadap produk baru yang memiliki keunggulan dibandingkan produk printer Epson yang memiliki kestandaran.

Faktor kualitas produk adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dimana kualitas produk yang baik akan bernilai lebih mahal dari kompetitornya cenderung dipersepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa yang berkualitas lebih tinggi. Sebaliknya, ada beberapa produk memiliki kualitas yang sama (dengan barang yang harganya lebih mahal) tetapi harganya murah. Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat– sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang dan jasa) dan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan.

Permasalahan yang kerap sering terjadi terhadap kualitas produk adalah kurangnya pemahaman tentang produk printer Epson yang akan dibeli dan tidak jarang konsumen masih bingung dengan kualitas produk

yang ada di series Epson. Ini merupakan permasalahan yang harus diperbaiki oleh PT.Pixelindo agar konsumen dapat mengetahui kualitas produk Epson yang ada di perusahaan. PT.Pixelindo banyak menyediakan produk-produk printer yang akan dipasarkan oleh perusahaan sebagai acuan bagi masyarakat dalam membeli produk printer perusahaan. Dapat kita lihat di Tabel 1.1 yaitu perbandingan kualitas printer Epson dengan kualitas lain yaitu sebagai berikut.

Tabel 1. 1
Perbandingan Kualitas Produk Printer Epson dengan Printer
lain yang ada PT.Pixelindo

No.	Produk printer PT.Pixelindo	Produk printer lain	Perbandingan
1.	Epson Ecotank Printer All-In One In Tank L3210	Canon Imageclass Printer LBP6030	Printer Epson memiliki kualitas dimana hasil warna dihasilkan oleh printer Epson lebih natural, tajam,cerah sehingga cocok sekali dipakai studio foto atau usaha percetakan karna kualitas cetak warna bagus sedangkan Canon memiliki kualitas mampu mencetak lebih cepat.Canon ini cocok menjadi pilihan printer perkantoran mencetak dokumen dengan cepat dan bagus. Hal ini menjadi printer canon lebih unggul dibandingkan printer Epson.

No.	Produk printer PT.Pixelindo	Produk printer lain	Perbandingan
2.	Epson L4160	HP laserjet pro P1102 printer	Printer epson memiliki kualitas cetak foto yang baik dan juga dalam pada pemasangan posisis paper tray lebih mudah sedangkan Hp laserjet memiliki kemampuan lebih canggih dalam mengoprasikan.

Sumber : PT.Pixelindo

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Printer Epson tidak kalah jauh dari printer lain tetapi pada PT.Pixelindo bahwa ada sebagian kualitas produk yang masih memiliki informasi tentang kualitas yang tidak jarang konsumen masih belum mengetahui kualitas dan harus bertanya kepada karyawan atau pemilik toko untuk mengetahui kualitas produk Epson yang ada, sehingga perusahaan harus memperbaiki kualitas produk atau informasi yang akan diberikan kepada konsumen.



Gambar 1. 2
Produk Printer Epson

Sumber : PT.Pixelindo

Pada gambar 1.2 menjelaskan tentang produk yang dikeluarkan oleh PT. Pixelindo. Produk ini sangat berpengaruh besar dikalangan masyarakat dikarenakan masyarakat sangat bingung dalam menentukan keputusan pembelian. Merek yang ditawarkan berbagai macam tetapi perusahaan PT.

Pixelindo sendiri memiliki produk printer yang unggul dikalangan dimasyarakat sehingga persaingan pasar sangat ketat dalam memberikan produk yang terbaik.

Menurut Kotler dan Keller (2018:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut.

Adapun setelah faktor kualitas produk, Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2021) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Banyaknya penjualan printer khususnya di perusahaan dan juga saingan-saingan di sektor elektronik, membuat konsumen lebih detail untuk menentukan pilihannya dalam membeli suatu produk. Konsumen akan memilih produk yang berkualitas dan bermerek untuk menunjang

performance. Tujuan dari pemberian merek adalah untuk mengidentifikasi produk yang dihasilkan sehingga berbeda dari produk yang dihasilkan oleh pesaing.

Fenomena permasalahan yang kerap sering terjadi terhadap harga adalah masih banyaknya harga yang masih terlalu tinggi atau mahal yang menyebabkan konsumen masih enggan untuk membeli produk Epson series tinggi dan konsumen juga harus mengetahui kebutuhan printer yang dibutuhkan oleh konsumen. Agar konsumen mengetahui harga konsumen dapat melihat daftar harga. Dapat dilihat pada tabel I.2

Tabel 1. 2
Perbandingan Harga Jual Printer Epson Dengan
Printer Canon PT.Pixelindo

No.	Nama Produk	Harga	Nama Produk	Harga
1.	Epson Ecotank Printer all-in one in tank L320	Rp. 1.800.000 -,	Canon Pixma MG25705	Rp. 1.976.000,-,
2.	Epson Ecotank L3250 all-in one printer	Rp. 2.500.000,-,	Canon Pixma G2010	Rp. 4.379.500,-,
3.	Epson Ecotank L5290 A4 wifi all-in one ink tank printer	Rp. 5.500.000,-,	Canon Pixma TS307	Rp. 8.300.000.-,
4.	Epson Ecotank printer ink tank L121 A4	Rp. 1.499.000,-,	Canon Pixma G3020	Rp. 5.209.500.-,
5.	Epson ecotank L3150	Rp. 4.663.000,-,	Canon Pixma Printer G3010	Rp. 6.759.000,-,
6.	Epson LX-310	Rp. 2.200.000,-,	Canon Pixma E410	Rp. 2. 458.400,-,
7.	Epson L3110 all-in one ink tank printer	Rp. 3.896.000,-,	Canon Pixma Printer TSS370 Pink	Rp. 4.083.000.-,
8.	Epson L120	Rp. 1.200.000,-,	Canon Pixma Printer TSS370 Hijau	Rp. 2.999.000,-,
9.	Epson Ecotank printer ink tank L1210 A4	Rp. 1.645.000,-,	Canon Selphy P1200 Putih	Rp. 3.268.000,-,
10.	Epson TM-T82 printer	Rp. 2.000.000,-,	Canon Pixma MP287	Rp. 2.397.500.-,

Sumber : PT.Pixelindo

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dijelaskan bahwa harga jual printer yang di diberikan oleh pihak perusahaan masih relatif lebih murah

dibandingkan dengan produk lainnya seperti canon, HP dan lainnya. Namun harga dapat memberikan peningkatan minat beli konsumen dan tidak jarang konsumen tidak membeli karena kualitas dengan harga yang ditawarkan masih kurang, sehingga perusahaan harus melihat harga berdasarkan kualitas yang diberikan.

Selain kualitas produk dan harga ada juga citra merek juga salah satu faktor yang berpengaruh terhadap minat beli. Secara teoritis citra merek merupakan serangkaian persepsi yang ada dalam benak konsumen terhadap suatu merek, biasanya terorganisasi menjadi suatu makna. Hubungan terhadap suatu merek akan semakin kuat jika didasarkan pada pengalaman dan mendapat banyak informasi. Citra atau asosiasi merepresentasikan persepsi yang bisa merefleksikan kenyataan yang objektif ataupun tidak. Citra yang terbentuk dari asosiasi (persepsi) inilah yang mendasari keputusan membeli bahkan loyalitas merek (brand loyalty) dari konsumen (Ilham, 2019).

Citra merek mempunyai peranan penting dalam membangun suatu kepercayaan dari konsumen sehingga mendapatkan konsumen-konsumen yang loyal terhadap suatu merek. Menurut Kotler (2021) adalah kepercayaan, ide, dan impressi seseorang terhadap sesuatu. Citra merupakan kesan, impressi, perasaan atau persepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, suatu objek, orang atau lembaga. Bagi perusahaan citra berarti persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau kira tentang perusahaan yang

bersangkutan. Selain itu Citra merek mempunyai peran penting dalam mempengaruhi perilaku pembelian. Konsumen yang mempunyai citra positif terhadap merek cenderung memilih merek tersebut dalam melakukan keputusan pembelian.

Merek sudah menjadi faktor penentu unggulnya produk di bidang industri bisnis. Konsumen dalam minat beli harus diperhatikan produk mana yang akan dibeli melihat dari merek apa yang digunakan serta manfaat apa yang dihadapi oleh produk tersebut. Sekarang ini banyak sekali konsumen yang selektif dalam suatu produk. Permasalahan yang kerap sering terjadi terhadap citra merek adalah kurangnya konsumen mengetahui citra merek yang diberikan oleh perusahaan karena perusahaan masih memfokuskan tentang kualitas dan harga sehingga perusahaan harus lebih memfokuskan tentang citra merek yang ada di perusahaan.



Gambar 1. 3
Logo Printer Epson
 Sumber : PT.Pixelindo

Pada gambar 1.3 menjelaskan tentang Citra merek epson yang telah ada dan yang dikenal oleh banyak masyarakat sehingga masyarakat sudah mengetahui bahwa Citra merek dari epson. Permasalahan yang dihadapi saat ini terhadap Citra merek adalah sudah banyak bermunculan *brand* baru yang dapat menyaingi Epson. Sehingga memerlukan sebuah trobosan yang dapat meningkatkan kualitas penjualan berdasarkan Citra merek yang ada karena banyak sekali jenis produk yang hampir mirip dengan epson sehingga

penjualan yang ada cukup menurun. Maka dari itu perlu meningkatkan promosi dari Citra merek yang merupakan unsur penting keputusan pembelian terhadap konsumen.

Hal ini semakin terbuka lebar peluang pasar bagi industri perusahaan di bidang elektronik, salah satunya dari citra merek PT.Pixelindo. Berdasarkan dari penelitian sebelumnya dan permasalahan penelitian ini maka pengaruh kualitas produk, harga jual dan citra merek menarik diteliti kembali untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, harga jual dan citra merek terhadap minat beli pada produk printer pada PT.Pixelindo dikalangan masyarakat dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Jual Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Printer Epson Pada PT. Pixelindo”**,

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, ada beberapa pembahasan yang dapat di identifikasikan sebagai berikut.

1. PT.Pixelindo masih sulit dalam membangun citra merek yang bagus kepada konsumen yang akan membeli produk printer.
2. Harga jual dari produk PT. Pixelindo tidak dibarengin dengan manfaat yang di dapat.
3. Kualitas produk yang dihasilkan masih belum sesuai dengan minat konsumen.

4. Kurangnya melihat kualitas produk dengan citra merek yang ditetapkan sehingga menyulitkan pihak Pixelindo untuk bersaing dengan brand yang sudah dikenal oleh masyarakat.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dibuat rumusan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk pada PT.Pixelindo berpengaruh terhadap minat beli produk printer?
2. Apakah harga jual pada PT.Pixelindo berpengaruh terhadap minat beli produk printer ?
3. Apakah citra merek pada PT.Pixelindo berpengaruh terhadap minat beli produk printer?
4. Apakah kualitas produk, harga jual dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap minat beli produk printer?

1.4. Batasan Masalah

Agar nantinya masalah yang di teliti tidak terlalu luas dan peneliti dengan lebih terarah maka perlu adanya pembatasan masalah, dalam penelitian ini mengingat masih minimnya informasi serta data yang diterima maka dari itu penelitian ini hanya berfokus pada variabel yang telah ditentukan di atas yaitu konsumen dari PT.Pixelindo dikalangan masyarakat.

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli produk printer pada PT.Pixelindo.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli produk.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap minat beli produk.
4. Untuk mengetahui variabel kualitas produk, harga dan citra merek berpengaruh simultan terhadap minat beli produk.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat dari diadakannya penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Dapat menjadi pembelajaran dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan manajemen, khususnya dalam bidang pemasaran dan memperluas ilmu pengetahuan penulis mengenai tentang bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk PT.Pixelindo dikalangan masyarakat.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya informasi yang bermanfaat sebagai masukan kepada PT.Pixelindo atau perusahaan sejenis sehingga dalam bekerja dan mengembangkan usahanya di sektor perusahaan menjadi lebih baik serta menambah pengetahuan tentang bagaimana membangun kualitas produk, harga jual dan citra merek dalam produk karena sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

3. Bagi Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan di perpustakaan universitas dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memanfaatkan penelitian ini untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai bahan referensi dalam pembuatan proposal skripsi dan nantinya dapat mempermudah dalam proses pengerjaannya.