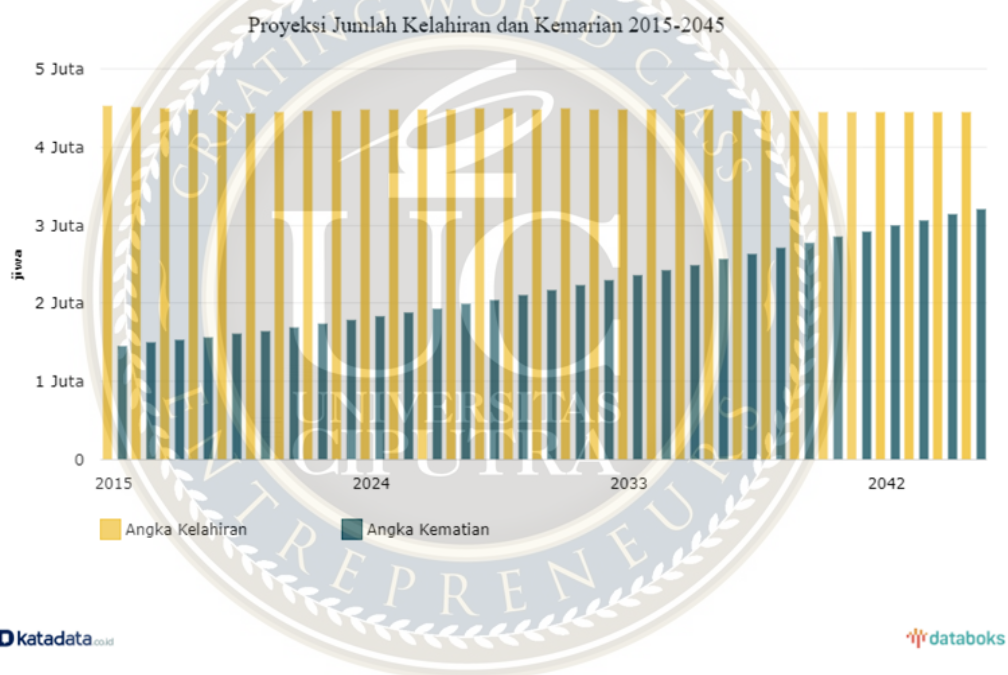


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Laju pertumbuhan penduduk di Indonesia masih tergolong tinggi. Ini dibuktikan dengan Indonesia merupakan negara kelima penyumbang angka kelahiran terbesar di dunia. Angka kelahiran di Indonesia diproyeksikan dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2042 rata-rata berada dikisaran 4 juta kelahiran anak setiap tahunnya. Berikut ini adalah data proyeksi jumlah kelahiran dan kematian di Indonesia :



**Gambar 1.1 Proyeksi jumlah angka kelahiran dan kematian 2015-2042**

**Sumber: databoks (2020)**

Dapat dilihat dari Gambar 1.1 bahwa angka kelahiran di Indonesia yang tinggi menciptakan peluang bisnis yang besar, yaitu salah satunya adalah bisnis pakaian bayi. Pakaian bayi dan peralatan bayi menjadi kebutuhan utama, bagi pasangan yang baru menikah dan baru memiliki anak, hal ini dikarenakan bayi memiliki kebutuhan khusus akan produk yang digunakan.

Bayi sendiri memiliki ketahanan tubuh dan sensitifitas yang berbeda dengan manusia yang sudah dewasa. Bayi membutuhkan produk-produk yang memperhatikan sensitifitas terhadap masalah bahan yang digunakan, pemilihan pewarna pakaian yang digunakan dan kekuatan kualitas jahitan dari produk pakaian bayi itu sendiri untuk menunjang tingkat ketahanan dari pakaian bayi tersebut agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

Hello Baby adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang penjualan pakaian bayi dan sudah terstandarisasi SNI. Hello baby didirikan oleh 4 orang yaitu Yonatan Niko Sucahyo, Matthew Hendy Setiono, Calvin Gautama Halim, dan Patrick Laurensius. Kemudian setelah berjalan selama 1 semester bertambahlah anggota Hello Baby yaitu Wahyu Pratama Teja. Hello Baby sendiri ini masih berjalan untuk memenuhi kebutuhan pakaian bayi yang terbilang besar. Hal ini dapat dilihat dari tabel angka kelahiran di Indonesia diperkirakan sampai tahun 2042 masih memiliki tingkat kelahiran diatas 4.000.000.

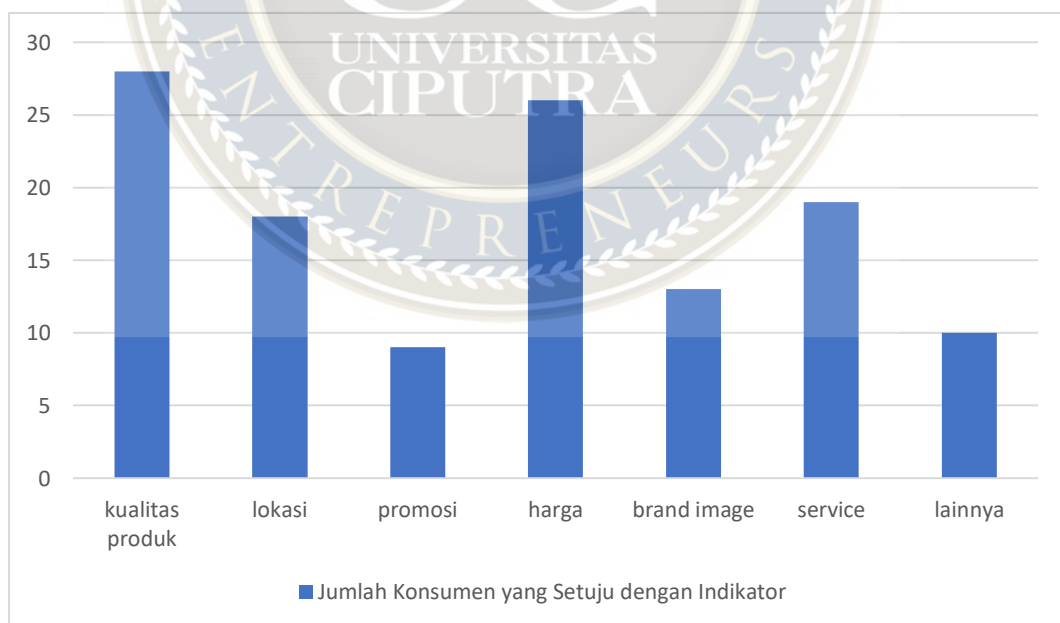
Penjualan produk Hello Baby sangat dipengaruhi oleh minat beli konsumen terhadap produk Hello Babby. Tingkat minat beli akan suatu produk mencerminkan keberhasilan pemasaran dari perusahaan penghasil produk tersebut. Minat beli sendiri memiliki definisi sebagai perasaan atau keputusan yang berasal dari keterkaitannya dengan sesuatu antara lain minat untuk membeli, bentuk produk, melakukan penawaran, melakukan transaksi dan minat untuk melakukan kunjungan (Febrian, 2019).

Minat beli menjadi salah satu faktor yang penting karena menurut Walintukan (2018) minat beli mempelajari alasan kenapa konsumen membeli produk dari merek tertentu. Jika konsumen memiliki minat beli terhadap produk tertentu biasanya konsumen tersebut menyadari kebutuhan akan produk, memiliki pengetahuan terhadap produk tersebut, menyukai produk yang digunakan, sudah melakukan perbandingan produk satu dengan produk lainnya, dan memiliki keyakinan terhadap produk tersebut.

Dari penjabaran mengenai minat beli diatas, minat beli dapat timbul dari pengalaman konsumen dalam menggunakan produk tersebut, selain itu dapat pula dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, lokasi dan kualitas pelayanan. Minat beli produk dari Hello Baby sangat penting untuk diteliti. Hal ini dilakukan supaya Hello Baby dapat mengambil langkah yang tepat untuk berkembang menjadi perusahaan pakaian bayi yang ternama di Indonesia. Untuk membatasi ruang lingkup penelitian maka sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti akan melakukan prasurvei untuk mengetahui faktor mana yang paling meningkatkan minat beli dari konsumen produk Hello Baby.

Faktor-faktor yang dipilih dalam prasurvei ini adalah kualitas produk, lokasi, promosi, harga, brand image, dan service. Alasan lain yang mempengaruhi minat beli selain keenam indikator yang telah disebutkan sebelumnya akan digabungkan menjadi indikator lainnya. Dari 30 survei yang dibagikan ditemukan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.2 : Jumlah Konsumen yang Setuju dengan Indikator**



Sumber: data diolah (2020)

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa kualitas produk merupakan indikator terbesar yaitu sebanyak 28 responden yang mengatakan kualitas produk mempengaruhi

minat beli, disusul dengan indikator harga yaitu sebanyak 26 responden, lalu disusul dengan service yaitu sebesar 19 responden, lalu lokasi sebak 18 orang, setelah itu brand image sebanyak 13 reponden dan 9 responden setuju bahwa promosi meningkatkan minat beli. Dapat dilihat dari prasurevei yang dilakukan, indikator service, harga dan kualitas produk merupakan indikator yang paling banyak disetujui oleh responden.

Pemberian harga pada suatu produk haruslah sesuai dan wajar dengan kualitas produk yang diberikan, hal ini dikarenakan jika harga yang ditawarkan terlalu tinggi akan membuat konsumen memilih ke produk lain yang sejenis tetapi dengan harga yang lebih murah, begitu sebaliknya, jika harga yang ditawarkan terlalu rendah konsumen akan ragu dengan kualitas produk yang ditawarkan tersebut sehingga mengurangi minat beli konsumen terhadap produk tersebut (Utami dan Saputra, 2017). Harga yang baik biasanya memiliki harga yang terjangkau untuk konsumen, harganya bisa bersaing dengan harga kompetitor, dan harga yang diberikan sebanding dengan produk yang diberikan (Satria, 2017). Harga dari Produk Hello Baby mengacu pada harga pasar produk pakaian bayi. Berikut adalah data perbandingan antara harga rata-rata produk bayi yang ada dipasaran dengan harga produk Hello Baby :

**Tabel 1.3 Perbandingan Harga Produk Pakaian Bayi**

<b>Jenis Produk</b>	<b>Harga Rata-rata Dipasaran</b>	<b>Harga Hello Baby</b>
Baju bayi lengan pendek	Rp. 12.000 - Rp. 14.000	Rp. 13.000
Baju bayi tanpa lengan	Rp. 10.000 - Rp. 12.000	Rp. 11.000
Baju bayi lengan Panjang	Rp. 13.000 - Rp. 15.000	Rp. 14.000
Celana pendek bayi	Rp. 5.000 - Rp. 11.000	Rp. 10.000
Celana panjang tanpa tutup kaki	Rp. 11.000 - Rp. 14.000	Rp. 13.000
Celana panjang dengan tutup kaki	Rp. 11.000 - Rp. 14.000	Rp. 13.000

Sumber : Data diolah (2020)

Kualitas produk adalah keadaan, ciri serta kemampuan sebuah produk dalam menjalankan fungsinya dalam memenuhi serta memuaskan konsumen baik itu dari tampilan, daya tahan, maupun manfaat yang produk tersebut berikan (Utami dan Saputra, 2017). Jika sebuah produk bisa memuaskan kebutuhan konsumen, maka produk tersebut dapat dikatakan produk yang berkualitas tinggi (Muljani dan Koesworo, 2019). Kualitas produk yang baik memiliki kinerja yang baik, memiliki desain yang menarik, memiliki estetika yang menarik, dan secara keseluruhan memiliki kualitas yang baik (Satria, 2017). Kualitas produk Hello Baby sudah mengikuti standarisasi yang ditetapkan pemerintah Indonesia yaitu SNI, tanpa pewarna berbahaya dan terbuat dari 100% katun.

Dari penjabaran tentang latar belakang di atas, peneliti ingin meneliti mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli produk Hello Baby.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka munculah permasalahan utama dalam penelitian ini :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen dari Hello Baby?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Hello Baby ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen hello baby
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen hello baby

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti berikutnya, hal ini berguna untuk memperluas



pengetahuan mengenai peran harga dan kualitas produk terhadap minat beli calon konsumen Hello Baby.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk mengevaluasi Hello Baby dan menerapkan strategi untuk meningkatkan minat beli pada calon konsumen Hello Baby.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *hairs* dan sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah calon konsumen Hello Baby dari toko Clandy's yang berada di Denpasar, Bali. Toko Clandy's merupakan salah satu penjual utama produk Hello Baby di Denpasar dan memiliki cabang diseluruh kabupaten yang ada di Bali.

