

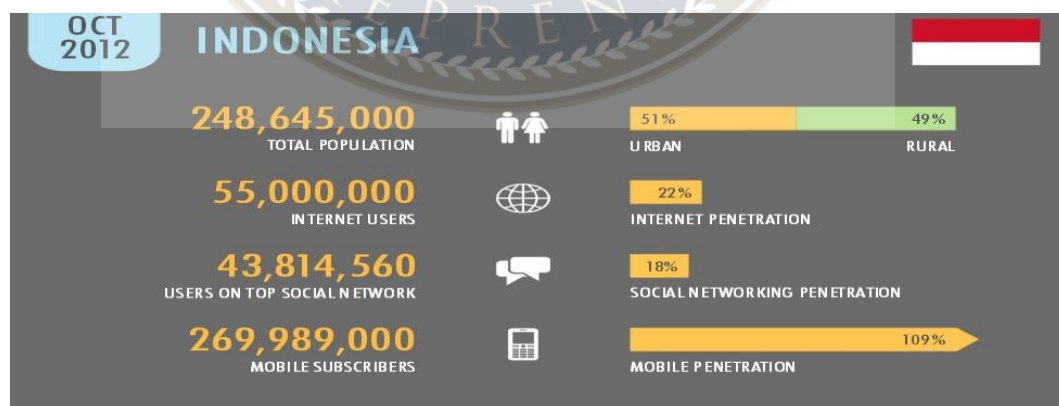
# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia saat ini berkembang pesat menuntun semua masyarakat memasuki kehidupan yang lebih modern dan praktis. Sejalan dengan berkembang dan majunya dunia, maka masyarakat menjadi semakin produktif dan membutuhkan gaya hidup praktis yang tidak mengganggu kinerja produktifitas mereka. Masyarakat saat ini sudah tidak asing lagi dengan teknologi internet, menggunakan internet sudah menjadi gaya hidup yang memudahkan masyarakat untuk mengakses dan mencapai sesuatu di jam produktifitas yang tinggi seperti saat ini. Internet memudahkan masyarakat dalam bersosialisasi, memperluas pengetahuan, mendapatkan hiburan, dan melakukan transaksi bisnis.

Dengan semakin berkembangnya dunia internet saat ini sudah banyak sekali orang yang memakai teknologi internet ini, hal ini dapat dilihat dalam gambar berikut.



Gambar 1.1  
Jumlah pengguna internet di Indonesia  
Sumber: [Statistik-pengguna-internet-indonesia.html](http://Statistik-pengguna-internet-indonesia.html)

Pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa dari 248.645.000 ( lima puluh satu persen penduduk kota dan empat puluh sembilan persen penduduk desa) penduduk di Indonesia terdapat 55.000.000 adalah pengguna internet, dua puluh dua persennya adalah pengguna internet berlangganan. Dan juga dari 248.645.000 penduduk Indonesia, 43.814.560 diantaranya adalah masyarakat yang menggunakan situs jejaring sosial dan delapan belas persennya adalah masyarakat pengguna situs jejaring sosial aktif. Selain itu terdapat 269.989.000 pengguna internet yang menggunakan *handphone* untuk mengakses situs-situs di internet, seratus sembilan persennya adalah masyarakat yang mengakses situs-situs internet melalui *handphone* secara aktif.

Dengan melihat pengguna internet di Indonesia yang semakin meningkat tiap tahunnya, maka Fabricnov pada Februari 2011 memutuskan untuk membuka usahanya dalam bidang fasyen secara *online*. Fabricnov menggunakan sistem penjualan B2C (*Business to Customer*) .

Sistem penjualan yang dilakukan di Fabricnov adalah pembeli dapat melihat katalog yang sudah kami tampilkan dalam situs toko kami. Tiap produk yang tampilkan atau yang terdapat dalam situ toko telah diberikan detail produk yang di jual (ukuran, warna, dan bahan). Fabricnov juga mencantumkan produk tersebut termasuk produk lokal ataukah produk import. Selain itu juga harga yang Fabricnov berikan belum termasuk ongkos pengiriman sampai di tempat tujuan. Setelah pembeli menentukan produk apa saja yang diinginkan, pembeli dapat langsung menghubungi *contact person* yang terdapat dalam katalog. Fabricnov akan memberikan konfirmasi kepada pembeli mengenai produk yang akan dibeli,

harga termasuk ongkos pengiriman sampai ditujuan pembeli, serta cara pembayaran. Sistem pembayaran dilakukan dengan melakukan pembayaran uang muka sebesar lima puluh persen (50%) dari harga produk tersebut serta uang untuk jasa pengiriman, atau juga pembeli dapat melakukan pembayaran secara lunas. Barang akan sampai di tempat tujuan kurang lebih tiga hingga tujuh hari kerja. Setelah pembeli melakukan pembayaran Fabricnov akan memberikan nomor resi kepada pembeli agar pembeli dapat melakukan *tracking* terhadap barang tersebut.

Sebagai pembanding dalam hal produk dan harga yang dijual oleh Fabricnov, maka Fabricnov memilih D'rain Jaya sebagai pembanding. Hal ini dikarenakan dari pihak D'rain Jaya yang memperbolehkan untuk mengakses data-data usahanya. Berikut pada Tabel 1.1 menunjukkan perbandingan harga jual antara Fabricnov dengan kompetitor:

Tabel 1.1  
Perbandingan Harga Jual Fabricnov Dengan Kompetitor (per 15 Maret 2013)

Jenis Produk	Fabricnov Harga (Rp)	D'rain Jaya Harga (Rp)
Terusan	60.000 - 120.000	70.000 – 100.000
Rok	55.000 - 100.000	-
Atasan	40.000 - 120.000	35.000 – 60.000
Celana	90.000 - 145.000	35.000 – 100.000
Baju anak	-	20.000 – 30.000
Tas	-	50.000 – 250.000
Aksesoris	-	15.000 – 30.000

Sumber: Data internal perusahaan

Jenis produk yang dijual oleh D'rain Jaya lebih beragam jika dibandingkan dengan Fabricnov. Fabricnov hanya menjual jenis terusan, rok, atasan, dan celana. Sedangkan D'rain Jaya menjual jenis terusan, atasan, celana, baju anak, tas, dan

aksesoris. Harga jual jenis terusan, atasan dan celana yang dijual Fabricnov lebih mahal jika dibandingkan dengan D'rain Jaya.

Tabel 1.2 menunjukkan daftar perbandingan omset Fabricnov dengan kompetitor selama bulan Januari 2013.

Tabel 1.2  
Daftar Perbandingan Omset Fabricnov dengan Pesaing Bulan Januari 2013

Nama Produk	Fabricnov		D'rain Jaya Online		D'rain Jaya Butik ITC	
	Total Omset (Rp.)	Kuantitas (Unit)	Total Omset (Rp.)	Kuantitas (Unit)	Total Omset (Rp.)	Kuantitas (Unit)
Terusan	2.620.000	29	2.875.000	33	5.140.500	59
Rok	995.000	12	-	-	-	-
Atasan	1.807.000	37	2.968.500	55	4.100.000	76
Celana	815.000	8	795.000	13	1.895.000	31
Baju anak	-	-	438.500	18	851.500	35
Tas	-	-	2.316.000	22	1.789.000	17
Aksesoris	-	-	-	-	517.000	27
<b>Total</b>	<b>6.237.000</b>	<b>86</b>	<b>9.438.000</b>	<b>141</b>	<b>14.293.000</b>	<b>245</b>

Sumber: Data internal perusahaan

Dari Tabel 1.2 pada bulan Januari 2013 jumlah penjualan D'rain Jaya lebih banyak jika dibandingkan dengan Fabricnov, hal tersebut dikarenakan jumlah pembeli di D'rain Jaya lebih banyak daripada pembeli di Fabricnov. Selain itu D'rain Jaya juga memiliki *online shop* dan butik yang berlokasi di ITC sehingga memudahkan pembeli dalam melihat dan memilih fisik produk.

Berikut Tabel 1.3 yang menunjukkan kuantitas penjualan Fabricnov selama tahun 2012:

Tabel 1.3  
Jumlah Omset dan Penjualan Fabricnov tahun 2012

Bulan	Jumlah omset (Rp)	Jumlah penjualan	Bulan	Jumlah omset (Rp)	Jumlah penjualan
Januari	4.190.000	62	Juli	4.280.000	55
Februari	8.042.500	114	Agustus	6.911.500	100
Maret	6.694.000	114	September	6.074.500	71
April	8.494.980	149	Oktober	6.842.000	98
Mei	5.022.000	75	November	7.325.000	115
Juni	5.129.000	75	Desember	7.198.000	104

Sumber: Data internal perusahaan

Pada Tabel 1.3 menunjukkan bahwa jumlah penjualan produk Fabricnov di tahun 2012 masih belum stabil. Hal tersebut dapat terlihat dari naik turunnya volume produk yang dijual. Pada bulan Mei, Juli, September, dan bulan Desember volume produk penjualan Fabricnov mengalami penurunan yang disebabkan banyaknya pesaing dengan harga yang lebih murah. Sedangkan pada bulan Februari, April, Agustus, Oktober, dan November volume produk penjualan Fabricnov mengalami kenaikan. Hal tersebut dikarenakan pada awal bulan terdapat beberapa event seperti *valentine*, imlek, dan lebaran yang menyebabkan banyak orang-orang yang membeli pakaian baru.

Sedangkan dari sisi omset, pada Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa penjualan produk di tahun 2012 mengalami kenaikan dan penurunan omset. Penurunan tersebut terjadi pada bulan Maret, Mei, Juli, September, dan bulan Desember, hal tersebut dikarenakan berkurangnya volume penjualan. Sedangkan pada bulan Februari, April, Agustus, Oktober, dan bulan November terjadi kenaikan omset karena peningkatan volume penjualan dan bertambahnya jumlah konsumen yang baru.

Untuk mengetahui kontribusi jenis terusan dan produk lainnya, maka dapat dilihat pada Tabel 1.4 :



Tabel 1.4  
Data Kontribusi Omset Fabricnov Januari-Desember 2012

Jenis Produk	Jumlah Total Omset (per produk)	Kontribusi Produk
Terusan	28.480.000	37,37%
Rok	7.632.000	10,02%
Atasan	30.230.480	39,67%
Celana	9.861.000	12,94%
<b>Total</b>	<b>76.203.480</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data internal perusahaan

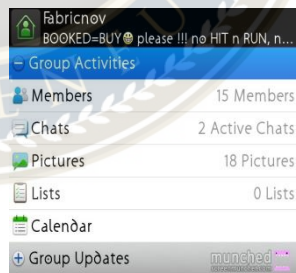
Tabel 1.4 menunjukkan bahwa atasan adalah produk dengan jumlah omset terbesar jika dibandingkan dengan produk yang lainnya, yaitu sebesar 39,67%. Sedangkan kontribusi terendah untuk omset Fabricnov adalah rok, yaitu sebesar 10,02%. Fabricnov dan D’rain Jaya memiliki jenis toko yang sama yaitu *online shop*. Tetapi D’rain Jaya juga memiliki butik yang berlokasi di ITC. Hal ini membuat perbedaan pada sistem pemasaran, pelayanan dan juga harga yang ditawarkan kepada pembeli pun berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat dalam Tabel 1.5:

Tabel 1.5  
Daftar Perbandingan *Strategy*, *Tactic*, dan *Value* Fabricnov dengan Kompetitor

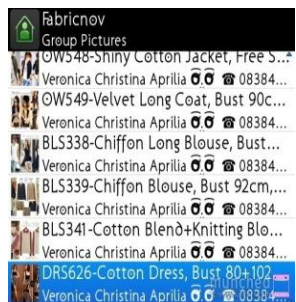
<i>Strategy</i>			
<b>Merek</b>	<b>Segmentation</b>	<b>Targeting</b>	<b>Positioning</b>
Fabricnov	Kalangan menengah	Kalangan menengah yang memiliki minat pada pakaian lokal dengan bahan <i>cotton</i> dan <i>spandex</i> dan pakaian import dengan bahan <i>chifon</i> , <i>twistcon</i> , dan <i>suede</i> .	<i>Online shop</i> yang menyediakan berbagai variasi pakaian wanita.
D’rain Jaya	Kalangan menengah kebawah	Kalangan menengah kebawah yang memiliki minat pada pakaian lokal dengan bahan <i>cotton</i> , <i>spandex</i> dan <i>knit</i> .	<i>Online shop</i> dan butik yang menyediakan berbagai macam produk fesyen untuk wanita dan anak-anak.
<i>Tactic</i>			
<b>Merek</b>	<b>Diferentiation</b>	<b>Marketing Mix</b>	<b>Selling</b>
Fabricnov	<p>Fabricnov menjual pakaian dengan berbagai bahan pakaian termasuk <i>cotton</i>, <i>spandex</i>, <i>chifon</i>, <i>twistcon</i>, dan <i>suede</i>.</p>  <p><b>TIED COLOR SHORT</b></p> <p>keterangan wama (jenis bahan) - selap wama beda bahan</p> <p>1. babyblue (cotton)    4. khaki (soft cotton)    7. navy (parasul)    10. toska (parasul)</p> <p>2. saribue (cotton)    5. grey (soft cotton)    8. purple (cotton)    11. mustard (soft cotton)</p> <p>3. softpink (soft cotton)    6. white (parasul)    9. orange (cotton)</p> <p>AVAILABLE SIZE: S(27-28), M (28-29), L (29-30), XL (30-31)</p>	<p>- Produk : terusan, rok, atasan, dan celana</p>  <p><b>Detail</b></p> <p><i>Dresses</i></p>	<p>Memberikan model pakaian yang mengikuti perkembangan fesyen, dan sering memberikan harga khusus untuk event tertentu seperti <i>garage sale</i>.</p>







- Harga :
- a. Terusan: Rp.60.000 - 120.000
- b. Rok: Rp.55.000 - 100.000
- c. Atasan Rp. 40.000 - 120.000
- d. Celana Rp. 90.000 - 145.000
- Tempat: Menggunakan situs jejaring sosial *Facebook* dan menggunakan aplikasi *BlackBerry Messenger*.



- Promosi: Mengikuti pameran, *garage sale*, dan media internet.



<p>D'rain Jaya</p>	<p>D'rainselain menjual pakaian, juga menjual aksesoris dantas untuk wanita, serta baju anak-anak.</p> 	<p>- Produk: terusan, atasan, celana, baju anak-anak, aksesoris, dan tas.</p>    <p>- Harga:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Terusan Rp.70.000 – Rp.100.000</li> <li>b. Atasan Rp.35.000 – Rp.60.000</li> <li>c. Celana Rp.35.000 – Rp.70.000</li> <li>d. Baju anak-anak Rp. 20.000 – 30.000</li> <li>e. Aksesoris Rp.15.000 –</li> </ul>	<p>Memberikan paket pembelian tertentu seperti pembelian 1pcs @Rp 35.000 sedangkan untuk pembelian 3pcs Rp100.000.</p>
--------------------	--	--	--



		<p>Rp.30.000 f. Tas Rp.50.000 – Rp.250.000</p> <p>- Tempat : ITC Mega Grosir Lt 1 Blok C5 No.7-8</p>  <p>- Promosi : Menggunakan <i>word of mouth</i> dan media internet.</p>	
<b>Value</b>			
<b>Merek</b>	<b>Brand</b>	<b>Service</b>	<b>Process</b>
Fabricnov	 <p>Logo yang digunakan merupakan singkatan nama dari Fabricnov</p>	<p>- Bertanggung jawab sampai barang tiba di tangan kustomer.</p> <p>- Memiliki 4 orang pekerja sehingga dapat memberikan layanan secara cepat pada kustomer.</p>	<p>Bagian pemasaran cepat dan tanggap dalam menanggapi pertanyaan dan pemesanan yang dilakukan oleh konsumen.</p>
D'rain Jaya	 <p>Logo dan nama menunjukkan butik yang menjual pakaian wanita.</p>	<p>- Memiliki satu pegawai dan CEO merangkap sebagai keuangan dan pemasaran.</p>	<p>Karyawan ramah dalam melayani konsumen. Transaksi pembayaran langsung ditangani pemilik jika sedang berada di tempat.</p>

Sumber: Data internal perusahaan

Berdasarkan data dari Tabel 1.5 dapat dilihat berbagai kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh Fabricnov dan D'rain Jaya. Masing-masing usaha memiliki strategi sendiri untuk memperoleh kustomer.

Tabel 1.6 menunjukkan perbandingan kualitas layanan antara Fabricnov dengan kompetitor

Tabel 1.6  
Daftar Kualitas Layanan Fabricnov dengan Kompetitor

<b>Kualitas Layanan</b>	
<b>Fabricnov</b>	<b>D'rain Jaya</b>
- Pengiriman menggunakan jasa Tiki JNE dan kurir khusus untuk wilayah Surabaya.	- Proses jual beli dapat dilakukan mulai hari Senin hingga hari Minggu, hari besar tetap buka seperti hari biasa. D'rainbuka mulai pukul 10.00 hingga 19.00.
- Kemudahan proses pemesanan dapat dilakukan melalui SMS, email, Black Berry Messenger, dan Facebook massage.	- Pemesanan dapat dilakukan juga melalui Black Berry Messenger.
- Proses jual beli dapat dilakukan mulai hari Senin hingga Minggu kecuali hari besar.	- Konsumen dapat melihat bentuk fisik pakaian, tas dan aksesoris di butik.
- Memberikan informasi produk secara detail.	- Terdapat 1 karyawan yang melayani konsumen dengan ramah.
- Foto produk baru di <i>share</i> setiap hari.	- <i>Restock</i> produk 2minggu sampai 1 bulan sekali.

Sumber: Data internal perusahaan

Dari Tabel 1.6 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan kualitas layanan yang diberikan antara Fabricnov dengan D'rain Jaya. Perbedaan kualitas layanan seperti proses jual beli Fabricnov yang tutup pada hari besar, sedangkan D'rain Jaya tetap buka seperti hari biasa. Selain itu proses *restock* produk baru di Fabricnov di *share* setiap hari, sedangkan D'rain Jaya proses *restock* dilakukan 2 minggu hingga 1 bulan sekali.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka judul penelitian ini sebagai berikut:

**“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FABRICNOV”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang ada, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Fabricnov?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian di Fabricnov?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh dominan harga terhadap keputusan pembelian di Fabricnov.
2. Untuk mengetahui pengaruh dominan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian di Fabricnov.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak lain maupun pribadi.

Manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bahwa harga dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian.

b. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan agar dapat membantu penulis dalam mengambil keputusan mengenai harga dan kualitas layanan yang tepat bagi perusahaan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menganalisa faktor harga dan kualitas layanan yang dapat memberikan pengaruh bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di Fabricnov sehingga penulis dapat mengambil keputusan dan kebijakan yang tepat untuk perkembangan usahanya.

**E. Lingkup Permasalahan**

Batasan lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi oleh variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler (2009:190), variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah produk, harga, distribusi, promosi, kualitas layanan, budaya, demografi, faktor sosial, dan teknologi. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka diambil dua variabel yang diperkirakan dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di Fabricnov, yaitu variabel harga dan kualitas layanan.