

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Para pelaku bisnis usaha ditantang untuk menciptakan suatu yang unik dan *positioning* yang jelas sehingga konsumen dapat membedakan dari para pesaingnya. Para pelaku bisnis harus menyiapkan strategi agar menyenangkan hati dan membangun rasa antusias konsumen menjadi suatu pengalaman didalam mengkonsumsi produk dan jasa, sehingga membuat mereka terkesan dan membuat daya tarik tersendiri dalam mempengaruhi Konsumennya.¹

Dalam mempengaruhi keputusan pembeliannya pelaku usaha harus mengenali perilaku konsumen. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhannya, namun sering pula sebaliknya. Untuk itu pemasar perlu mempelajari keinginan, persepsi, preferensi dan perilakunya dalam berbelanja. Studi seperti ini diperlukan bagi pemasar untuk mempersiapkan seperangkat kebijakan pemasaran seperti harga, saluran distribusi dan promosi.²

Harga merupakan hal yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, karena dalam banyak kasus harga merupakan variabel terpenting dalam mengambil keputusan. Dikarenakan semakin tinggi harga yang ditawarkan, maka semakin rendah dalam keputusan pembelian tersebut, sebaliknya semakin rendah harga yang ditawarkan maka semakin tinggi keputusan pembelian yang timbul dari

¹ Chika Ramadani Amelia Wuntu, "Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Sidik Kota Batu)", (Skripsi: Universitas Brawijaya, 2018), 3. <https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/6144>

² Anang Fiirmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Depublish, 2018), 4.

konsumen. Dalam hal ini penetapan harga harus diperhatikan oleh perusahaan sebab harga merupakan hal yang paling mendasar dalam pengambilan keputusan.

Menurut Kotler dan Amstrong ada empat cara yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam penentuan harga yaitu: pertama mengukur keterjangkauan harga dimana konsumen bisa menjangkau harga yang ditetapkan oleh suatu perusahaan, yang kedua kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ada, yang ketiga kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan kepada konsumen, dan yang keempat harga harus sesuai kemampuan daya saing.³

Dari keempat cara yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam penentuan harga hal ini juga dilakukan oleh Fotocopy dan Percetakan Affan dimana pemilik Fotocopy dan Percetakan Affan menjual produk dan jasanya dengan harga yang relatif murah dibandingkan dengan Fotocopy dan Percetakan yang ada di Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan, serta kualitas produknya pun tidak kalah dengan pesaingnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Enos Korowa didalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmat Bahu Manado) dengan hasil penelitiannya harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian ulang konsumen. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa harga yang terjangkau akan memberikan

³ Marisi Burtabutar, dkk. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Pengembangan*: (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), 108.

sebuah dorongan kepada konsumen untuk mengambil sebuah tindakan dalam melakukan pembelian.⁴

Selain dari harga kualitas produk juga mempengaruhi sebuah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. Kotler dan Amstrong berpendapat kualitas produk adalah “salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk”. Oleh karena itu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama dan secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang.⁵

Keputusan dalam memilih produk tersebut sangat dipengaruhi oleh apa yang didapatkan calon konsumen baik dalam bentuk harga yang diberikan ataupun dari kualitas produk yang diharapkan. Dalam memilih suatu produk calon nasabah memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya calon konsumen akan memutuskan dan membentuk pilihannya. Pengharapan calon konsumen itu sendiri dibentuk oleh pengalaman calon konsumen itu sendiri, baik dari segi harga maupun kualitas produk yang diberikan. Keputusan memilih produk yang dilakukan oleh calon konsumen melalui proses mempelajari terlebih

⁴ Enos Korowa, “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmat Bahu Manado)”. *Administrasi Bisnis* 3, (2018): 34. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jab/article/view/20282>

⁵ Andi Mursidi, dkk. *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, (Jateng: Lakeisha, 2020), 31.

dahulu produk yang ditawarkan oleh Fotocopy dan Percetakan Affan untuk mempengaruhi keputusan calon konsumen dalam memilih produk tersebut.⁶

Sebuah keputusan pembelian tidak terbentuk dengan sendirinya, melainkan harus ada tahap-tahap yang harus dilalui oleh konsumen dalam membuat sebuah keputusan agar tidak menyesal dikemudian hari. Beberapa tahap pengambilan keputusan pembelian yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian yang akan menimbulkan pembelian ulang pada suatu produk yang ditawarkan.⁷

Dalam hal ini harga yang diberikan oleh pemilik Fotocopy dan Percetakan Affan lebih murah dibandingkan dengan Fotocopy dan Percetakan pesaing yang ada di desa bandaran. Selain harga, kualitas produknya tidak kalah bagus dengan dengan pesaingnya, hal ini diungkapkan oleh Fitri selaku konsumen yang sering melakukan pembelian ulang Fotocopy dan Percetakan Affan yang menyatakan bahwa “Saya melakukan pembelian ulang Fotocopy dan Percetakan dikarenakan harganya paling murah dibandingkan di Fotocopy dan Percetakan yang lain”.⁸ Hal ini diperkuat oleh Fita selaku konsumen yang sering melakukan pembelian ulang Fotocopy dan Percetakan Affan yang menyatakan bahwa harga yang ditawarkan di Fotocopy dan Percetakan Affan lebih murah dibandingkan dengan fotocopy lain yang ada di Desa Bandaran dan sekitarnya dimana harga fotocopy yang ada Fotocopy dan Percetakan

⁶Andhikara, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Jasa English Course (Studi Kasus Pada Konsumen Ilp English Corse Semarang”. *Ilmu Of Manajemen* 4, no.1 (2015): 30. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/13025/12583>

⁷ Anang Fiirmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*, 6.

⁸ Fitri, Konsumen Fotocopy dan Percetakan Affan, *Wawancara Langsung* (20 Desember 2021)

Affan itu harganya Rp. 150,00, sedangkan di fotocopy lain itu harganya Rp. 200,00 sampai dengan Rp. 250,00.⁹

Harga dan kualitas produk ini diharapkan mempengaruhi calon pembeli untuk membeli produk dan jasa yang ada Fotocopy dan Percetakan Affan, sehingga menimbulkan ketertarikan akan produk yang ditawarkan dan setelah itu melakukan pembelian ulang, karena Semakin tinggi tingkat ketertarikan terhadap suatu produk yang ditawarkan, maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian akan suatu produk yang ditawarkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menganggap penting untuk mengadakan penelitian Pengaruh Harga dan kualitas produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen. Pembahasan tersebut menjadi penting untuk diteliti lebih lanjut dikarenakan adanya GAP penelitian sebelumnya, sekaligus mengkaji konsistensi teori dari harga dan kualitas produk terhadap pembelian ulang konsumen. Maka dari itu judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan“**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, pokok masalah diatas, pokok masalah yang dikaji dalam peneliian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

⁹ Fita, Konsumen Fotocopy dan Percetakan Affan, Wawancara Langsung (12 September 2022)

1. Apakah penetapan harga berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan?
3. Apakah Penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan ?

C. Tujuan

1. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan?
3. Untuk mengetahui Pengaruh Penetapan harga dan kualitas produk secara simultan terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan ?

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal yang berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti, fungsi anggapan dasar dalam sebuah penelitian adalah

sebagai landasan berfikir dan bertindak dalam melaksanakan penelitian, untuk mempertegas variable yang akan diteliti, serta untuk menentukan dan merumuskan hipotesis.¹⁰

Asumsi penelitian yang peneliti ajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Setiap konsumen memiliki alasan yang jelas dan beragam dalam menentukan keputusan pembelian ulang dalam memilih suatu produk.
2. Dalam memilih produk konsumen akan mempertimbangkan banyak hal atau motif yang mempengaruhinya.
3. Dalam menentukan keputusan pembelian ulang konsumen memiliki tujuan yang ingin dicapai dalam memilih suatu produk.
4. Harga dan kualitas produk merupakan salah satu motif yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis di bentuk dari dua kata, yaitu *hypo* dan kata *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* adalah pendapat. Kedua kata itu kemudian digunakan secara bersamaan menjadi *Hypothesis* dan penyebutan dalam dialek Indonesia menjadi hipotesa kemudian berubah menjadi hipotesis yang maksudnya adalah suatu kesimpulan yang masih kurang atau kesimpulan yang masih belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan

¹⁰ Tim Penyusun Pedoman Penelitian Karya Ilmiah, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Edisi Revisi* (Pamekasan:Stain Press, 2020), 10.

dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian dengan data di lapangan.¹¹

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. H1 = Terdapat pengaruh penetapan harga terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.
2. H2 = Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.
3. H3 = Terdapat pengaruh penetapan harga dan kualitas produk secara simultan terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna dan memberikan manfaat, baik secara akademis maupun secara praktis.

1. Kegunaan secara teoritis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah tambahan keilmuan dan wawasan mengenai harga, kualitas produk, dan pembelian ulang serta informasi yang digunakan pada penulisan ini.

b. Bagi Akademisi

¹¹ Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik, Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya, Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana, 2005). 85.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam ilmu pengetahuan khususnya dapat dijadikan referensi atau rujukan di bidang usaha atau perusahaan dan sebagai perbandingan referensi bagi peneliti selanjutnya yang lebih relafan. Serta untuk memberikan pemahaman bagi para akademisi untuk dapat melakukan kajian mendalam tentang harga dan kualitas produk dan menambah wawasan keilmuan bagi para mahasiswa IAIN Madura, Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi Pemilik Fotocopy dan Percetakan Affan

Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan sebagai bahan acuan Pemilik Fotocopy dan Percetakan Affan untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan kualitas produk terhadap pembelian ulang konsumen. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi evaluasi dari segi harga yang diberikan terhadap konsumen.

b. Bagi Masyarakat Umum

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh harga dan cita rasa terhadap pembelian ulang konsumen.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Ada dua variable yang menjadi focus kegiatan dalam penelitian ini yaitu Harga (Variabel X1), Kualitas Produk (Variabel X2), dan Pembelian Ulang (Variabel Y). Agar variabel menjadi fokus tersebut tidak meluas, maka perlu adanya batasan terhadap materi yang akan diteliti.

a. Harga

Untuk variabel Harga (Variabel X1), indikator variabel yang akan diteliti ialah:¹²

- 1) Keterjangkauan Harga adalah keterjangkaun harga yang di tawarkan produsen kepada konsumen
- 2) Kompetitif Harga dengan pesaing lain
- 3) Kesesuaian Harga dengan Fasilitas
- 4) Kesesuaian Harga dengan Pelayanan

b. Kualitas Produk

Untuk variabel kualitas produk (Variabel X2) indikator kualitas produk yang akan diteliti ialah:¹³

- 1) Jujur
- 2) Brand/Merk
- 3) Keistimewaan
- 4) Manfaat

c. Pembelian Ulang

Untuk variabel Pembelian Ulang (Variabel Y), indikator variabel yang akan diteliti ialah:¹⁴

- 1) Melakukan Pembelian Ulang
- 2) Merkomendasikan Kepada Orang Lain
- 3) Tidak Ingin Pindah Ke produk lain

¹² Philip Kotler dan Gary Amsrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), 348.

¹³ Adiwarmanto A Karim, *Bank Islam Analisis Fiqh Dan Keuangan*, (Jakarta Raja Grafindo, 2013),206-209.

¹⁴ Ronaldo Nasario Magang, Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Handphone Vivo Di Kabupaten Sleman, (Skripsi: Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, 2020), 23.

2. Ruang Lingkup Lokasi

Lokasi Fotocopy dan Percetakan Affan berada di Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

H. Definisi Istilah

Untuk menyatukan persepsi tentang pengertian variabel-variabel yang akan diteliti dan dianalisis dalam penelitian ini, maka akan dikemukakan batasan-batasan definisi operasional.

1. Harga adalah jumlah dari seluruh nilai-nilai yang ditukar konsumen atas manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut yang merupakan faktor penentu dalam mempengaruhi pilihan pembelian.
2. Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan. Termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide..
3. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang dilakukan individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa yang dapat dipengaruhi lingkungan.
4. Pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kalinya yang dipengaruhi oleh sikap orang lain, iklan (promosi), harga dan manfaat yang diharapkan.

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu di jadikan sebagai referensi tambahan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Berikut adalah penjelasan hasil penelitian terdahulu:

Pertama, Penelitian yang dilakukan Arief Setiawan pada tahun 2020 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda, penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) meliputi harga dan kualitas produk dan variabel terikat atau (dependen) yaitu keputusan pembelian ulang, dengan hasil penelitiannya harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang.¹⁵

Kedua, Penelitian yang dilakukan Edi Winata 2020 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan). Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda, penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) meliputi harga dan variabel terikat atau (dependen) yaitu keputusan pembelian ulang, dengan hasil penelitiannya Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

¹⁵ Arief setiawan, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang" (Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang, 2020), 79.

Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan)¹⁶

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Arya Prasetyo Nograho 2019 Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen frestea di kotamadya Yogyakarta). Metode penelitian yang digunakan adalah regresi linear berganda, penelitian ini terdiri dari variabel bebas (independen) meliputi kualitas produk dan variabel terikat atau (dependen) yaitu keputusan pembelian ulang, dengan hasil penelitiannya harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada konsumen frestea di kotamadya Yogyakarta.¹⁷

¹⁶ Edi Winata, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan)" (Skripsi : STIM Sukma Medan 2020), 72.

¹⁷ Arya Prasetyo Nograho, "Pengaruh Kualitas Produk, citra merk dan kepuasan konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen frestea di kotamadya Yogyakarta)" (Skripsi:Uneversitas Negeri Yogyakarta, 2019), 86.

Tabel 1.1
Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Arief setiawan (2020)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang	Variabel independent yang digunakan peneliti harga, dan kualitas produk dependen yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian ulang	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda.

2	Edi Winata (2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pulsa pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan)	Variabel independent yang digunakan peneliti harga, dan dependen yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian ulang	Lokasi penelitian yang berbeda, waktu penelitian berbeda serta responden yang berbeda.
3	Arya Prasetyo Nogroho (2019)	Pengaruh Kualitas Produk, citra merk dan kepuasan konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi kasus pada konsumen frestea di kotamadya Yogyakarta)	Variabel independent yang digunakan peneliti kualitas produk, dan dependen yang digunakan yaitu Keputusan Pembelian ulang	Lokasi dan waktu penelitian yang berbeda, serta responden di dalam penelitian juga berbeda.