

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Batik merupakan salah satu warisan yang ditinggalkan oleh para leluhur dan menjadi kebanggaan Indonesia, wujud dari cipta dan karya seni yang diekspresikan pada desain motif kain, kayu dan kain dekoratif lain yang dibuat dengan proses tertentu, batik tidak hanya diakui oleh Indonesia tetapi batik juga banyak digemari oleh Negara lain. Bahkan batik sempat diakui milik Negara tetangga kita Malaysia pada tahun 2009, tetapi Indonesia mampu membuktikan bahwa batik merupakan peninggalan leluhur asli Indonesia yang telah diakui oleh PBB yaitu *United Nation Education Scientific and Culture Organization* (UNESCO).

Saat ini minat masyarakat terhadap batik sudah sangat maju, batik tidak hanya dapat digunakan dalam acara resmi atau identik dengan pakayan orang tua tetapi batik juga digunakan oleh kalangan muda dan dipadupadankan dengan desain yang baik sehingga dapat digunakan dalam kondisi tidak resmi sekalipun. Seiring dengan berjalannya waktu batik telah mengalami perubahan dan perkembangan yang bersifat dinamis, dapat menyesuaikan diri dalam dimensi ruang, waktu dan bentuk yang menghasilkan berbagai motif dan gaya di setiap daerah seperti batik Pekalongan, batik Lesem, batik Jawa Barat, batik Sragen dan masih banyak lagi jenis batik.

Yogyakarta terkenal akan batiknya, Batik Yogyakarta dikagumi oleh banyak orang karena keindahannya, corak yang khas maupun warnanya. Pembuatan batik itu dengan beberapa cara yaitu batik tulis, batik cap, dan batik lukis. Banyak turis yang datang ke Yogyakarta untuk membeli batik, dengan kondisi ini membuat perkembangan batik semakin meningkat pesat.

Saat ini sudah banyak di beberapa daerah yang mendirikan sentral pembuatan batik seperti di daerah Solo, Pekalongan dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Yogyakarta memiliki beberapa sentra pembuatan batik yang mengembangkan berbagai macam motif seperti Tirtodipuran, Panembahan dan Prawirotaman, di Kabupaten Gunungkidul terdapat desa Nitikan, Ngalang dan Mengger. Di Kabupaten Sleman terdapat industri batik di Desa Nogotirto dan Moro, di Kabupaten Kulonprogo terdapat desa Hargomulyo, Kulur, Sidorejo, dan desa Wukirsari yang merupakan salah satu tempat penghasil batik tulis.

Saat ini tidak hanya banyak terdapat industri batik tetapi juga banyak toko – toko penjual batik. Kawasan Malioboro merupakan salah satu kawasan yang banyak berdiri toko penjual batik, seperti toko Mirota Batik, toko Kris-in Batik, Batik Janoko, butik Batik Margaria, toko Batik Surya dan masih banyak lagi penjual batik lainnya.

Mirota Batik merupakan salah satu toko penjualan batik yang cukup terkenal di Yogyakarta, Mirota Batik menjual berbagai jenis batik dengan model yang beragam sesuai dengan seiring perkembangan jaman.

Mirota Batik berada di Malioboro tempat yang cukup strategis untuk menjual batik, karena Malioboro merupakan target konsumen untuk mencari batik, banyak pengrajin batik yang menjual batik di Malioboro, termasuk Mirota Batik.

Melihat dari perkembangan batik yang semakin pesat memberikan konsekuensi semakin ketatnya persaingan bisnis batik di Yogyakarta, Banyak hal yang dilakukan oleh pengrajin batik agar memenuhi kepuasan pelanggan, dan menetapkan strategi pemasaran yang tepat. Setiap pengrajin membangun citra merek sebaik mungkin guna memberikan perhatian lebih serta membuat merek yang kuat agar terbentuknya citra atas produk batik yang baik. Ketika suatu produk batik memiliki citra merek yang baik akan memberikan motivasi tersendiri di benak konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler (2002) citra merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya menurutnya citra tidak dapat ditanamkan dalam pikiran konsumen dalam semalam atau disebarkan melalui satu media saja. sebaliknya, citra tersebut harus disampaikan melalui tiap sarana komunikasi yang tersedia dan di sebarakan secara terus menerus karena tanpa citra yang kuat sangatlah sulit bagi sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Kotler, 2002).

Ketika sebuah produk telah memiliki citra merek yang baik di benak konsumen, maka konsumen akan dengan sendirinya memberikan

kepercayaannya terhadap produk dan memberikan keputusan pembeliannya terhadap merek produk batik tertentu yang memiliki citra merek yang baik. Saat ini banyak sekali pengrajin batik yang memberikan perhatian lebih terhadap konsumennya demi mendapatkan citra merek yang baik bagi produknya di benak konsumen.

Kualitas Persepsian juga merupakan salah satu pendukung dan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan sebuah keputusan pembelian produk batik di Mirota Batik, menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas persepsian atas suatu produk dengan sendirinya akan terbangun ketika konsumen telah menggunakan produk tersebut, semakin kuat tingkat keyakinan konsumen terhadap persepsi kualitas yang baik bagi suatu produk maka secara otomatis akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Mirota Batik.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam terjadinya transaksi sehingga para pebisnis batik harus bersaing secara kompetitif harga, Tjiptono (2002) harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang di tukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Harga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari peneliti sebelumnya yaitu Tambunan (2012) dengan judul “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto (Studi Kasus pada Konsumen Bandeng Presto di Semarang) dengan hasil seluruh variabel berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Dengan fenomena – fenomena yang sudah dipaparkan di atas maka dianalisis topik penelitian “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di Mirota Batik Yogyakarta) “ variabel independen dalam penelitian ini yaitu citra merek, kualitas persepsian dan harga sedangkan variabel dependennya yaitu keputusan pembelian dengan obyek Mirota Batik.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek, kualitas persepsian dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta ?
3. Apakah kualitas persepsian berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta ?

4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh secara simultan citra merek, kualitas persepsian dan harga terhadap keputusan pembelian batik di Mirotha Batik Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta.
3. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh kualitas persepsian terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian batik di Mirota Batik Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Untuk memperkaya khasanah penelitian dan sebagai tambahan referensi serta wawasan dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya keputusan pembelian , citra merek, kualitas persepsian, dan harga. Dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian mendatang.

2. Manfaat Praktis

Memberikan informasi kepada para pengusaha batik khususnya Mirota Batik tentang faktor–faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam merancang pemasaran batik.