

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kondisi saat ini persaingan usaha semakin ketat baik pasar domestik maupun pasar global. Banyak pesaing sehingga konsumen menjadi semakin teliti dalam melakukan pembelian dan sangat berhati-hati memilih produk tentunya produk yang berkualitas seperti yang mereka harapkan. Maka dari itu perusahaan harus dapat berusaha bagaimana menarik konsumen dengan cara perlu memanfaatkan sumber dayanya dengan optimal dan menawarkan produk yang berkualitas baik dan memperhatikan merek agar citra merek tetap dianggap baik oleh konsumen, maka secara tidak langsung konsumen sendiri yang akan mempromosikan produk perusahaan dari konsumen satu ke konsumen lainnya, serta memberikan harga yang sewajarnya yaitu harga yang ekonomis untuk ukuran oleh-oleh bagi pengunjung kota Yogyakarta, serta tetap berkembang dari tahap ke tahap karena akan menarik konsumen untuk membeli produk yang baru ke tahap berikutnya.

Dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya mencapai target pemasaran dimulai dari dalam perusahaan, khususnya produk yang diciptakan oleh perusahaan. Strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi diferensiasi. Arti dari diferensiasi lebih dari peningkatan perbedaan-

perbedaan yang rumit yang mewarnai suatu entitas. Diferensiasi didefinisikan sebagai proses menambahkan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan dengan perusahaan pesaing (Kotler, 2005). Sekarang ini banyak pesaing lain yang memproduksi barang oleh-oleh untuk pengunjung kota wisata Yogyakarta ini misalnya Djogker, Capung, Gayeng kaos jogja dll. Tidak mudah menjadi yang terbaik selain harus menyediakan kualitas terbaik juga ada faktor pola perilaku konsumen yang tidak mudah ditebak apalagi di Indonesia terdiri dari banyak pulau dan memiliki karakter dan selera yang berbeda-beda.

Agar dapat menjadi unggul diantara pesaing-pesaing, Dagadu tetap melakukan usaha agar konsumen lebih tertarik membeli kepada Dagadu ini, dan tidak lupa Dagadu juga melakukan pembeda dengan usaha-usaha lainnya karena Dagadu ini tidak hanya menyediakan kaos tetapi juga cenderamata, oleh-oleh kreatif khas Yogyakarta dan juga aksesoris unik bernuansa Yogyakarta. Kehadiran Dagadu Djogja rupanya tidak cuma melahirkan makna baru dalam dunia tutsaran, tetapi positioning sebagai cenderamata berbingkai ngepop ini membuat Dagadu menjadi representasi atas Kota Yogyakarta. Seperti halnya gudeg dan bakpia, Dagadu adalah buah tangan yang wajib dibeli ketika berkunjung ke Yogyakarta, dan Dagadu ini sudah terkenal di berbagai kota dan daerah, tentunya juga menjadi tujuan utama oleh-oleh untuk para pengunjung yang berdatangan ke Yogyakarta. Dagadu seharusnya tetap menjaga kualitas produk, merek,

harga dan tentunya tetap harus menyediakan desain yang inovatif, agar konsumen tetap berpihak terhadap Dagadu, dan harus tidak boleh berhenti untuk melakukan inovasi sesuai kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen. Dagadu seharusnya terus mempertahankan ciri khasnya agar tetap dikenal mudah oleh konsumen, berikut beberapa ciri khas dari Dagadu :

1. Tema-tema yang diangkat dalam desain produk lebih menekankan pada hal-hal yang terkesan sederhana, remeh, dan terkadang sudah dilupakan orang. Namun, justru hal ini mampu menyentuh dan membuat orang refleks tersenyum melihatnya.
2. Menonjolkan ikon-ikon visual lokal, sehingga produk-produk Dagadu Djokdja memang terkesan Jogja banget. Sehingga tidak heran jika produk-produk Dagadu selalu menjadi oleh-oleh andalan bagi setiap pelancong yang datang ke kota Yogyakarta.
3. Teks yang ditampilkan selalu mengandung unsur humor, parodi dan plesetan. Inilah yang menjadi ciri khas sekaligus kekuatan ‘Dagadu Djokdja’ yang membuatnya tetap menjadi yang ‘beda’ diantara produk pesaing sejenis.

Penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang dilakukan oleh Yudhi Soewito pada tahun 2013 dengan judul “Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio” dan memperoleh hasil kualitas produk, merek dan desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian

sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado. Penelitian yang sama untuk variabel kualitas produk dan harga dilakukan oleh Jailani pada tahun 2013 dengan judul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Region of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Cak Cuk di Surabaya" dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kaos Cak Cuk di Surabaya. Penelitian yang sama untuk variabel harga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tambunan dan Widiyanto pada tahun 2012 dengan judul "Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto Semarang" (Studi kasus pada konsumen bandeng presto Semarang) dalam penelitian ini peneliti memperoleh hasil variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian bandeng presto semarang.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul "Kualitas Produk, Merek, Harga dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dagadu".

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikaji pada penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk, merek, harga, dan desain secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dagadu?
2. Apakah kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dagadu?

3. Apakah merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dagadu?
4. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dagadu?
5. Apakah Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Dagadu?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh secara simultan kualitas produk, merek, harga dan desain terhadap keputusan pembelian produk Dagadu.
2. Menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Dagadu.
3. Menganalisis pengaruh merek terhadap keputusan pembelian produk Dagadu.
4. Menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Dagadu.
5. Menganalisis pengaruh desain terhadap keputusan pembelian produk Dagadu.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi teori

Untuk memperkaya khasanah penelitian di bidang pemasaran khususnya, kualitas produk, merek, harga, dan desain.

2. BagiPraktek

MemberikaninformasitentangikapkonsumenpadaprodukDagadudanse
bagaibahanpertimbanganperusahaandalampenerapanpemasaranproduk
Dagadu.