

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia terus berubah seiring perkembangan zaman. Untuk saat ini perkembangan bisnis telah berkembang sangat pesat. Dapat dilihat dari banyaknya jenis-jenis usaha yang mulai berkembang khususnya dalam bisnis perhiasan. Karena perkembangan bisnis yang semakin pesat maka persaingan antar kompetitor untuk membuat perusahaan terus meningkatkan usahanya juga semakin ketat. Pada saat inipun persaingan yang ada di dunia sangatlah ketat. Dalam menjalankan sebuah perusahaan terutama di Indonesia, dimana teknologi dan komunikasi yang terus mengalami perkembangan tentu dapat membantu perusahaan dalam melaksanakan kegiatannya. Di samping itu teknologi juga mampu menjadikan sebuah perusahaan menjadi lebih unggul. Perusahaan-perusahaan juga berlomba dalam dunia perbisnisan ini dengan tujuan memperoleh keuntungan sesuai target perusahaan mereka bahkan jika bisa yang melebihi target mereka. Untuk menghadapi persaingan ini perusahaan-perusahaan tersebut perlu membuat strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harusnya dilakukan perusahaan-perusahaan tersebut untuk mencapai target pemasaran dapat dimulai dari dalam diri perusahaan tersebut.

Perhiasan emas telah menjadi favorit masyarakat Indonesia sejak lama, khususnya wanita. Selain untuk mempercantik penampilan, perhiasan emas juga sekaligus dijadikan untuk investasi. Kedua hal ini yang membuat bisnis perhiasan emas di

tanah air seperti tidak ada matinya. Apalagi sebagai bagian dari gaya hidup, konsumen perhiasan emas Indonesia memiliki kebiasaan unik, yaitu selalu ingin berganti desain perhiasaannya sehingga terus menerus akan melakukan jual beli perhiasannya. Mengingat hobi masyarakat yang gonta-ganti perhiasaan, pabrik yang memproduksi perhiasan emas akan terus menerus memproduksi desain yang baru. Desain dalam hal ini bukan selalu desain yang berbeda dari sebelum-sebelumnya, namun bisa juga dari desain lama tetapi diberikan sedikit modifikasi. Maka itu sudah menjadi desain baru untuk perhiasan emas. Perusahaan-perusahaan perhiasan emas juga saat ini sedang berlomba-lomba membuat hal yang baru yaitu dengan cara berkolaborasi dengan perusahaan lain untuk meningkatkan koleksi-koleksinya.

Bisnis perhiasan khususnya emas di Jawa Timur semakin meningkat. Perhiasan emas banyak diminati oleh masyarakat. Semakin banyak juga toko-toko emas yang baru bermunculan bahkan toko yang baru dengan nama toko yang sama atau dapat dikatakan dengan membuka cabang toko. Model-model yang ditawarkan dipasaran begitu banyak dan sangat bervariasi. Karena banyaknya model yang ditawarkan maka akan mempengaruhi pada harga yang ditetapkan. Transaksi jual beli emas memiliki perputaran uang yang sangat besar dikarenakan harga emas yang selalu berubah dengan cepat. Karena jual beli emas mempunyai perputaran uang yang sangat besar maka diperlukan ketelitian dalam setiap perhitungannya.

Minat beli masyarakat di Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri pada perhiasan emas cukup tinggi. Tingginya minat beli perhiasan emas diduga karena diferensiasi produk yang dimiliki oleh tiap toko. Minat beli yang tinggi belum tentu akan mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan melakukan

pembelian diduga karena harga. Strategi pemasaran yang dilakukan setiap toko yakni diferensiasi produk. Diferensiasi produk merupakan perbedaan suatu produk dalam suatu perusahaan digunakan untuk menarik minat para konsumen atau calon konsumen dan agar pihak konsumen dapat memilih produk mana yang mereka inginkan. Strategi ini digunakan untuk menghindari persaingan harga. Harga yang ditawarkan juga berbeda tergantung dari model produk dan kualitas produk. Harga juga dapat mempengaruhi minat beli melalui penetapan harga. Harga seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian dan tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. Harga juga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Maka berdasarkan permasalahan yang ada pada Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri diatas hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri”** untuk mengetahui bagaimana pengaruh diferensiasi produk dan harga terhadap minat beli konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah diferensiasi produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri?

3. Apakah diferensiasi produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian secara umum dan khusus yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Tujuan Umum

Sebagai salah satu tujuan Tri Dharma Perguruan Tinggi untuk memenuhi kewajiban dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1) program studi Manajemen pada fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri.
- c. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan harga secara simultan terhadap minat beli konsumen Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang ilmu manajemen pemasaran, khusus

nya yang berkaitan dengan diferensiasi produk, harga dan minat beli konsumen.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Toko Perhiasan Emas Garuda Kabupaten Kediri

Sebagai bahan masukan ide atau saran untuk membantu pihak toko agar mengetahui apa saja yang paling mempengaruhi konsumen dalam minat beli konsumen dan membantu toko dalam mengembangkan strategi pemasaran yang berkaitan dengan minat beli konsumen.

b. Bagi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang mencetak calon-calon sarjana sesuai dengan bidangnya, maka kegiatan penelitian melalui mahasiswanya merupakan bentuk kepedulian dan keikutsertaan dalam mengatasi berbagai permasalahan sehingga dapat mengetahui bagaimana minat para konsumen pada suatu barang.

c. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat memperkaya wawasan berpikir penulis dalam masalah manajemen pemasaran, khususnya mengenai diferensiasi produk, harga dan minat beli konsumen.

SENGAJA DIKOSONGKAN