



BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri beberapa tahun belakangan ini mengalami kemajuan yang cukup besar. Hal ini terjadi karena perkembangan pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat, sehingga menyebabkan munculnya berbagai macam produk baru yang menawarkan berbagai macam manfaat bagi manusia. Hal ini terjadi karena didasari pada kecenderungan manusia yang tidak pernah merasa puas sehingga mendorong manusia untuk terus menggali, mencari, dan berusaha memenuhi segala sesuatu baik produk dan jasa yang dibutuhkan pada saat ini, dan pada saat yang akan datang. Perusahaan-perusahaan bisnis pun perlu melakukan tugasnya dengan lebih baik lagi untuk mengidentifikasi berbagai macam kebutuhan dan keinginan konsumen baik yang mendesak maupun yang tidak mendesak.

Dalam konteks untuk menemukan produk-produk yang lebih baik dari sebelumnya, perusahaan membutuhkan semacam kegiatan penulisan dengan tujuan menemukan produk yang sedang dan produk yang kira-kira akan dibutuhkan oleh konsumen pada masa yang akan datang. Tidak hanya merencanakan produk baru, tetapi perusahaan perlu merencanakan metode periklanan, metode penyebaran produk/distribusi, dan lain sebagainya yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan secara sistematis agar kinerja yang dikeluarkan lebih efektif, dan efisien sehingga para pebisnis dapat terus bertahan dalam industrsi tersebut. Dan dalam era



gobalisasi sekarang ini, informasi dalam kehidupan sehari-hari sangatlah berperan penting bagi kehidupan manusia, terutama dalam hal memilih produk.

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Informasi-informasi sangat diandalkan oleh masyarakat dalam hal memilih dan menyeleksi berbagai macam produk dari kualitas barang, harga, manfaat, lokasi tempat dijualnya barang tersebut, serta informasi-informasi lainnya yang ingin diketahui oleh konsumen. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan perlu menerapkan studi perilaku konsumen pada setiap kegiatan pemasarannya. Dengan tujuan dapat mempelajari perilaku konsumen untuk memahami mengapa, bagaimana, dan dari mana konsumen memperoleh informasi sehingga pada akhirnya konsumen mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut. Dengan adanya pemahaman tentang keputusan pembelian dapat memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk merencanakan strategi pemasaran yang tepat seperti penetapan harga, promosi, dan lainnya agar lebih sesuai, serta kualitas dari produk yang akan diberikan agar sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen serta mendorong konsumen untuk melakukan pembelian.

Pada zaman modern saat ini persaingan produk dari berbagai macam industri sangatlah ketat, terlebih lagi masyarakat dihadapkan dengan berbagai macam pilihan atas produk yang dijual. Masing-masing perusahaan berusaha untuk memaksimalkan keuntungan sesuai dengan target yang diinginkan. Persaingan timbul karena adanya perusahaan lain yang menawarkan produk sejenis serta menargetkan pangsa pasar yang sama dan dengan harga yang relatif sama. Terlebih lagi, seluruh produk apapun dapat diperjual-belikan baik barang primer, sekunder, maupun tersier dengan berbagai macam motif pembelian. Pasar pun menjadi semakin bebas karena batasan-batasan geografis tidak lagi menjadi penghalang dalam perdagangan untuk saat ini. Perusahaan kecil, menengah, dan besar sekali

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pun dapat menjual produknya dengan adanya kebebasan ekspor dan impor. Dengan demikian, perusahaan harus dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan sebaik mungkin, mengurangi kelemahan-kelemahan yang ada, meningkatkan kekuatan-kekuatan yang dimiliki, serta memperkecil hambatan-hambatan yang diperkirakan akan terjadi. Perusahaan yang berada di seluruh dunia tentu akan melakukan hal yang sama demi kemajuan bisnisnya sendiri baik di dalam maupun di luar Negeri, tak terkecuali perusahaan yang berasal dari Indonesia. Banyak perusahaan Indonesia yang sudah bersaing dipasar internasional baik dari hasil laut, hasil pertanian, pertambangan, kerajinan tangan, dan lainnya. Berikut penulis tampilkan data perkembangan ekspor di Indonesia dari tahun 2010–2014.

Tabel 1.1
Perkembangan Ekspor Indonesia

Sektor	2010	2011	2012	2013	2014	Peran Th. 2014 (%)
I. MIGAS	<u>28.039.599.534</u>	<u>41.477.035.636</u>	<u>36.977.261.378</u>	<u>32.633.031.285</u>	<u>30.331.863.792</u>	<u>17,21%</u>
1. Minyak						
Mentah	10.402.867.668	13.828.677.857	12.293.410.847	10.204.709.564	9.528.227.064	5,40%
2. Hasil Minyak	3.967.277.194	4.776.854.837	4.163.368.221	4.299.127.072	3.623.353.404	2,06%
3. Gas	13.669.454.672	22.871.502.942	20.520.482.310	18.129.194.649	17.180.283.324	9,75%
II. NON MIGAS	<u>129.739.503.936</u>	<u>162.019.584.424</u>	<u>153.043.004.652</u>	<u>149.918.763.416</u>	<u>145.960.796.463</u>	<u>82,79%</u>
1. Pertanian	5.001.899.002	5.165.793.669	5.569.216.244	5.712.976.032	5.770.578.795	3,27%
2. Industri	98.015.076.416	122.188.727.150	116.125.137.766	113.029.939.287	117.329.856.169	66,55%
3. Tambang	26.712.581.107	34.652.027.382	31.329.944.921	31.159.534.218	22.850.041.499	12,96%

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Lainnya	9.947.411	13.036.223	18.705.721	16.313.879	10.320.000	0,01%
TOTAL	157.779.103.470	203.496.620.060	190.020.266.030	182.551.794.701	176.292.660.255	100,00%

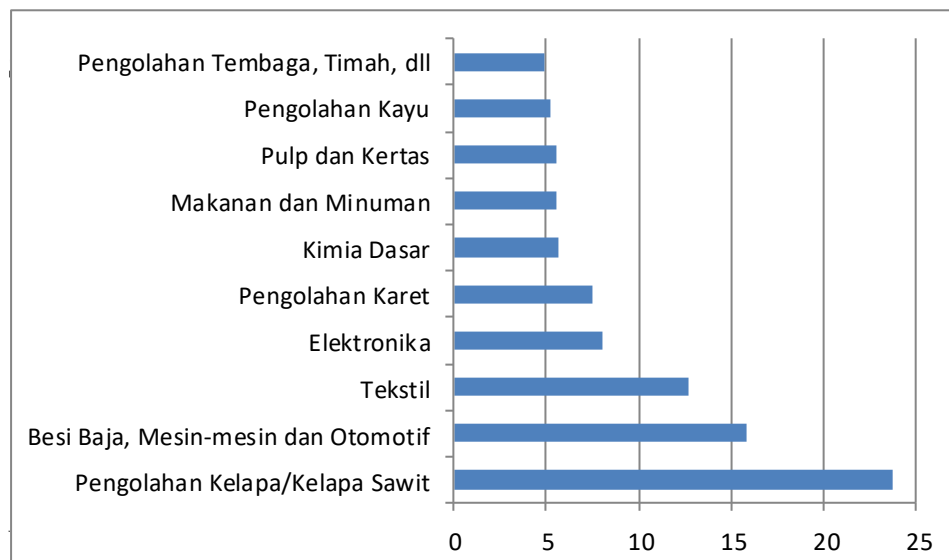
Sumber : Kementerian Perindustrian Indonesia (<http://www.kemenperin.go.id/>)

Dapat dilihat dari Tabel 1.1 diatas, bahwa ekspor dari Indonesia terdiri dari dua macam, yaitu sektor Migas dan Non Migas dimana sektor Non Migas adalah penyumbang devisa Negara terbesar yaitu sebesar 82,79%. Dapat dilihat pula bahwa peran bidang perindustrian di Indonesia pada sektor Non Migas sendiri sangat besar jika dibandingkan dengan bidang lainnya, yaitu sebesar 80,67%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa peran perindustrian Indonesia merupakan yang paling berpengaruh terhadap kegiatan ekspor Indonesia yaitu sebesar 66,55%.

Berikut tabel yang menunjukkan 10 tingkatan hasil industri teratas yang ada di Indonesia dengan nilai ekspor terbesar.

Tabel 1.2

10 Kelompok Hasil Industri dengan Nilai Ekspor Terbesar



Sumber : Kementerian Perindustrian Indonesia (<http://www.kemenperin.go.id/>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dapat dilihat pada Tabel 1.2 diatas, tekstil merupakan salah satu penopang

eksport terbesar ketiga di Indonesia. Industri tekstil Indonesia merupakan salah satu komponen perekonomian yang penting. Hal ini memungkinkan perekonomian kita berkembang pesat dan semakin baik, sehingga membawa perubahan dalam struktur perekonomian nasional. Dan tiga dari salah satu industri yang dinilai sangat potensial dan sedang berkembang di Indonesia menurut www.antaranews.com yaitu industri alas kaki, hal inilah yang menyebabkan penulis merasa tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang industri alas kaki tersebut. Alas kaki yang akan penulis teliti yaitu sepatu asli Indonesia.

Sepatu sudah menjadi bagian kehidupan masyarakat urban khususnya masyarakat perkotaan. Hal ini dapat dibuktikan karena dari tahun ke tahun permintaan akan sepatu semakin meningkat, serta dapat dilihat bahwa semakin menjamurnya toko sepatu yang ada di Indonesia terutama pada Jakarta baik yang berasal dari dalam negeri, maupun dari luar negeri.

Tabel 1.3

Total Hasil Ekspor Indonesia Industri Sepatu/Alas Kaki (dalam US\$)

No.	Kode HS	Komoditi	2012	2013	2014	Trend
1.	3405909000	Oth polishes & cream, for footwear, furniture, floors	3.331,0	2.437,4	3.426,2	1,42%
2.	4421903000	Wooden pegs or pins for footwear	5,3	319,4	420,5	789,21%
3.	6115940000	Footwear without applied soles of wool/ fine animal hair, knitted/crocheted	0,1	27,0	29,2	2.020,41%
4.	6115950000	Footwear without applied soles of cotton, knitted/crocheted	49.626,3	48.593,7	52.231,6	2,59%
5.	6115960000	Footwear without applied soles of synthetic fibres, knitted/crocheted	2.589,1	3.536,0	4.761,8	35,61%
6.	6115990000	Footwear without applied soles of oth textile material, knitted/crocheted	6.882,7	9.061,1	12.924,0	37,03%
7.	6401100000	Waterproof footwear incorp protective metal toe-cap with outer soles	253,4	21,7	407,3	26,78%

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No.	Kode HS	Komoditi	2012	2013	2014	Trend
8.	6401920000	Oth waterproof footwear, covering the ankle but not cover the knee,with outer	6.958,1	12.970,2	16.810,7	55,43%
9.	6401990000	Oth waterproof footwear with outer soles plastic by stitching, riveting, nailing	1.079,3	1.737,2	1.166,0	3,94%
10.	6402120000	Ski-boots/cross-country ski-footwear/ snowboard boot with upper rubber/plastic	4.265,7	5.892,1	5.052,1	8,83%
11.	6402191000	Wrestling footwear with upper of rubber/ plastic	1.954,1	2.695,9	11.602,5	143,67%
12.	6402199000	Sports footwear not for wrestling/ski/ same items with upper of rubber/plastics	422.166,9	405.030,3	464.309,2	4,87%
13.	6402200000	Footwear with upper straps/thongs assembled to the sole by means of plugs	6.586,8	15.293,9	18.174,7	66,11%
14.	6402991000	Oth footwear not cover the ankle incorp protect metal toe-cap, rubber/plstc	12.621,7	5.472,1	15.414,3	10,51%
15.	6402999000	Oth footwear not cover the ankle & not incorp protct mtl toe-cap, rubber/plstc	88.688,5	98.593,1	123.553,1	18,03%
16.	6403120000	Ski-boots, cross-country ski footwear & snowboard boot, with upper of leathers	223,9	83,1	95,1	-34,83%
17.	6403191000	Sports footwear fitted with spikes, cleats or the same item, leathers	348.844,5	307.169,0	295.283,5	-8,00%
18.	6403192000	Sports footwear for riding boots or bowling shoes, leathers	23,0	118,2	652,2	432,06%
19.	6403193000	Sports footwear for wrestling, weight lifting or gymnastics, leathers	83,9	0	0	nan%
20.	6403199000	Sports footwear not fitted with spikes/ bowling/wrstling/weight lifting/the like	985.122,8	1.064.382,5	910.442,6	-3,87%
21.	6403200000	Footwear, outer soles of leather, uppers of leather straps accros,instep big toe	684,0	86,0	30,8	-78,78%
22.	6403400000	Oth footwear incorp protect metal toe cap with upper of leathers	82.759,1	90.914,7	94.230,6	6,71%
23.	6403510000	Oth footwear with outer sole of leather covering the ankle	247,0	349,4	137,3	-25,45%
24.	6403590000	Oth footwear with outer sole of leather, not covering the ankle	85.571,7	90.074,8	89.794,9	2,44%
25.	6403910000	Oth footwear, not for sprts/incorp metal toe-cap protect, covering the ankle	102.824,0	129.832,1	150.904,8	21,14%
26.	6403990000	Oth footwear, not for sprts/incorp metal toe-cap protect, not covering the ankle	589.546,3	589.065,7	691.752,5	8,32%
27.	6404111000	Sports footwear with outer sole rubbr/ plstc, with spike/cleat	10.486,5	8.092,2	3.317,8	-43,75%
28.	6404112000	Sports footwear for wrestling,weight lifting or gym with outer sole rubbr/pls	24,8	185,3	17,4	-16,20%
29.	6404119000	Sports footwear not fitted with spikes/ wrstling/weight lifting/the like oth	252.571,4	387.556,5	544.128,1	46,78%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No.	Kode HS	Komoditi	2012	2013	2014	Trend
30.	6404190000	Oth sports footwear for oth purposed with outer soles of rubber/plastics	405.548,4	507.571,9	517.446,6	12,96%
31.	6404200000	Oth footwear with outer soles of leather /composition leather	2.650,3	2.213,7	864,8	-42,88%
32.	6405100000	Oth footwear, with uppers of leather/ composition leather	5.455,2	11.578,9	3.468,4	-20,26%
33.	6405200000	Oth footwear, with uppers of textiles	11.632,0	3.643,6	2.347,0	-55,08%
34.	6405900000	Oth footwear, with upper of ith leather/ composition leather/textiles	14.117,2	11.273,9	5.650,1	-36,74%
35.	6406200000	Parts of footwear with outer soles & heels, of rubber/plastics	9.019,0	16.814,8	16.179,5	33,94%
36.	6406901000	Parts of footwear of wood	51,1	2,7	4,9	-69,18%
37.	6406902100	Oth parts of footwear of metal of iron/ steel	33,9	63,0	5,1	-61,13%
38.	6406902910	Oth parts of footwear of metal of copper	0,1	0	1,4	nan%
39.	6406902990	Oth parts of footwear of oth metal, not iron/steel/copper	104,7	352,0	1.424,6	268,84%
40.	6406903100	Oth parts of footwear of rubber/plastic in-soles	3.889,9	6.653,3	9.462,6	55,97%
41.	6406903200	Oth parts of footwear of rubber/plastic complete-soles	6,3	0	4,3	nan%
42.	6406903900	Oth parts of footwear of rubber/plastic out-soles	347,6	909,9	902,7	61,15%
43.	6406909100	Oth parts of footwear of oth materials for gaiters/leggings/same items	167,2	126,6	30,3	-57,40%
44.	6406909900	Oth parts of footwear of oth materials not for gaiters/leggings/same items	3.209,6	3.463,7	4.386,3	16,90%
45.	6812805000	Cloth accessories,footwear&headgear fabricated crocidolite fibres	0,1	6,6	1,6	251,58%
46.	6812919000	Clothing accessories,footwear&headgear of oth crocidolite fibres	145,0	132,4	25,8	-57,79%
47.	7317009090	Connector & anti-splitting,connector and hob nails for footwear, ring nails	349,8	1.226,6	848,4	55,73%
48.	8453201000	Machinery for making/repairing footwear, electrically operated	186,2	602,1	624,1	83,05%
49.	8453202000	Machinery for making/repairing footwear, not electrically operated	111,9	1.257,3	21,7	-55,96%
50.	8453801000	Other mach for make/repaire footwear,not sewing machine,electrically operated	328,5	943,0	362,4	5,04%
51.	8453802000	Other mach for make/repaire footwear,not sewing machine,not electrically operated	28,2	70,7	24,0	-7,73%
52.	9503002200	Garments and garments accessories; footwear and headgear of dolls	52,4	118,1	219,3	104,52%

Sumber : Kementerian Perindustrian Indonesia (<http://www.kemenperin.go.id/>)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari Tabel 1.3 dapat disimpulkan bahwa salah satu sepatu yang sedang diminati oleh berbagai kalangan usia, ialah sepatu sejenis kain, yang salah satunya berbahan dasar kain kanvas karena selain memiliki bahan yang ringan dan nyaman saat dipakai, sepatu kanvas ini cocok digunakan pada Negara tropis seperti Indonesia karena sepatu dengan bahan kanvas ini memiliki sirkulasi udara yang baik, sehingga meskipun cuaca dilapangan terasa panas, kaki akan terasa tetap sejuk. Beberapa contoh sepatu kanvas yang sedang diminati ialah Converse, Nike, DC, Macbeth, Vans, Wakai, dan lain-lain. Hal tersebut merupakan hal pendukung lain yang menyebabkan penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Sepatu yang penulis teliti yaitu salah satu sepatu kanvas yang sedang diminati oleh remaja Jakarta pada saat ini dengan merek Wakai. Sepatu Wakai ini diproduksi oleh PT Metrox Group, yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang Wakai ライフスタイル (diucapkan ‘Wakai Raifustairu’) berasal dari kata Jepang yang diartikan sebagai "Gaya Hidup Muda". Merek ini lahir untuk memuaskan gaya hidup masyarakat yang dinamis dan berjiwa muda. Wakai menciptakan produk untuk memenuhi tuntutan gaya hidup masyarakat modern sekarang-sekarang ini. Sepatu yang diproduksi oleh Wakai dibuat dengan semangat dan dedikasi yang tinggi karena produk tersebut mencerminkan tampilan modern yang terinspirasi dari budaya Jepang. Dalam setiap detail corak yang dibuat sekecil apapun menceritakan sebuah cerita. Sepatu Wakai merupakan sebuah merek lokal yang berasal dari Indonesia dimana merek ini memproduksi sepatu kanvas yang dikombinasikan dengan motif yang bervariasi.

Kombinasi unik ini bertujuan untuk menciptakan suatu inovasi yang sangat menarik untuk industri *fashion*, dan merek Wakai berusaha untuk melakukan ekspansi secara konsisten pada pasar di seluruh dunia. Wakai tidak hanya produsen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sepatu, tetapi Wakai juga memproduksi tas, jam, pakaian, dan aksesoris lainnya. Semangat Wakai didefinisikan oleh lima pesan yang disingkat “SMART”, yaitu *Sport, Music, Art, Retail, dan Technology* sebagai bagian koleksi, kegiatan, dan identitas merek. Wakai menempatkan produknya sebagai bagian dari aksesoris busana yang dinamis, *stylish*, dan nyaman. Bagian yang penulis teliti hanya produk sepatu yang Wakai produksi.

Hal ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penulisan dengan objek sepatu Wakai ini, yang berjudul “ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK WAKAI”.

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa terdapat beberapa masalah yang teridentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Seberapa baik citra merek “WAKAI” di benak konsumen ?
2. Apa saja asosiasi-asosiasi merek yang membentuk *brand positioning* merek “WAKAI” pada benak konsumen ?
3. Bagaimana asosiasi konsumen terhadap *brand positioning* terhadap merek “WAKAI”?
4. Apakah citra merek “WAKAI” pada benak konsumen ?
5. Bagaimana persepsi kualitas “WAKAI” menurut konsumen ?
6. Apakah persepsi kualitas mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?
7. Apakah faktor harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Batasan Masalah

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Untuk dapat meneliti seluruh masalah yang terdapat dalam identifikasi masalah di atas, akan membutuhkan waktu dan usaha yang cukup panjang. Karena adanya keterbatasan tersebut, maka penulis membuat batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi kualitas “WAKAI” menurut konsumen ?
2. Apakah faktor harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?
3. Apakah faktor kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen ?

D. Batasan Penulisan

Oleh karena adanya keterbatasan ruang, waktu, serta biaya yang dimiliki oleh penulis, maka penulis menentukan batasan-batasan penulisan yang akan penulis teliti, yaitu:

1. Wilayah penulisan yaitu wilayah Jakarta.
2. Objek yang diteliti yaitu kesesuaian harga dan pengaruh kualitas “WAKAI”.
3. Responden yang diteliti merupakan responden yang pernah membeli dan menggunakan produk “WAKAI”.
4. Waktu yang digunakan untuk meneliti yaitu dimulai pada bulan Januari 2016.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Rumusan Masalah

- Ⓒ Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti yaitu bagaimana asosiasi konsumen terhadap pengaruh kualitas produk dan harga pada merek “WAKAI”, dan bagaimana persepsi kualitas dan harga yang dirasakan oleh konsumen.

F. Tujuan Penulisan

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penulisan yang ingin penulis capai dalam penulisan skripsi ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang dapat menghasilkan pengetahuan baru tentang :

1. Persepsi kualitas produk “WAKAI” menurut konsumen.
2. Persepsi harga “WAKAI” menurut konsumen.
3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu “WAKAI”.

G. Manfaat Penulisan

Penulis berharap agar penulisan yang dilakukan ini dapat memberikan informasi yang berarti bagi :

1. Penulis
 - a. Menyelesaikan tugas akhir yang merupakan salah satu syarat dalam memperoleh kelulusan.
 - b. Memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dalam melakukan praktik penulisan skripsi yang akan berguna sebagai bekal dalam dunia kerja kelak.
2. Perusahaan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Penulisan ini diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dan berguna bagi perusahaan terkait dalam menyusun strategi pemasaran sehingga dapat melakukan berbagai macam pertimbangan dengan efektif dan efisien dalam melakukan penjualan pada masa yang akan datang.

3. Pihak Lain

Dapat memberikan informasi sehingga dapat memperluas wawasan yang dimiliki sehubungan dengan keputusan pembelian atas kualitas produk dan harga yang di patok oleh “WAKAI” sebagaimana adanya.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.