

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Batik merupakan salah satu kebudayaan khas Indonesia yang telah di akui dunia, sejak dulu hingga kini kelestarian batik masih tetap terjaga, batik memiliki bergam motif, ciri khas serta pembeda dari masing-masing daerah yang memproduksi batik, di Indonesia telah banyak industri yang memproduksi batik, dari industri kecil, menengah hingga atas, beberapa daerah yang sangat terkenal dalam memproduksi batik di Indonesia antara lain, Garut, Tasikmalaya, Ciamis, Lasem, Rembang, Madura, Yogyakarta, dan Solo. Sejak dulu hingga kini permintaan batik semakin di gemari oleh masyarakat lokal maupun mancanegara.

Salah satu usaha batik yang berasal dari kota Solo yakni batik Danar Hadi, batik yang berdiri sejak 1967 ini tetap eksis dan berkembang pesat hingga kini, kekhasan motif batik dan kualitas yang tidak perlu di ragukan lagi serta berbagai motif batik tulis yang klasik, modern dan elegan yang di tawarkan oleh Danar Hadi membuat Danar Hadi kian memikat hati pelanggannya. Hal tersebut kian mendukung batik untuk masuk dalam dunia mode (*fashion*) khususnya penggunaan kain batik dalam bentuk pakaian, seperti kemeja pria dan berbagai macam pakaian wanita, mulai dari kemeja, rok hingga gaun pesta, dan menyediakan batik untuk anak-anak serta pakaian muslim, sehingga konsumen bisa memilih batik sesuai selera masing-masing, dengan demikian dapat menambah peminat batik Danar Hadi. Guna mempromosikan produk yang di

tawarkan maka Danar Hadi mengadakan parade busana koleksi Danar Hadi tersebut.(<http://www.danarhadibatik.com/>)

Adapun daftar perusahaan yang terdaftar berkecimpung dalam dunia batik yang ada di Indonesia dapat di lihat pada Tabel 1.1 berikut ini

Tabel 1.1
PERUSAHAAN BATIK DI INDONESIA

No	Perusahaan
1	Parang Kencana
2	Batik Danar Hadi
3	Batik Keris
4	Kencana Ungu
5	Riana Kusuma
6	Batik Semar

Sumber : Observasi di SOGO dan Tunjungan Plaza

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa banyak pesaing yang memproduksi batik yang menyebar di pasaran sehingga konsumen bebas memilih untuk mengkonsumsi batik mana yang sesuai dengan keinginan mereka. Batik Parang Kencana, Danar Hadi dan Keris merupakan perusahaan batik yang banyak diminati oleh masyarakat. Batik Danar Hadi merupakan salah satu merek batik terkemuka di Indonesia yang beredar di masyarakat yang hingga kini tetap eksis dan berkembang walaupun dengan adanya pesaing-pesaing pada dunia bisnis yang sama. Hal tersebut dapat di buktikan dengan adanya penambahan gerai-gerai baru yang di buka oleh PT. Batik Danar Hadi tersebut.

Di dukung dengan sifat warga Indonesia yang konsumtif sangat berpotensi dalam penjualan batik Danar Hadi di Indonesia. Penjualan sebuah produk tentu saja di pengaruhi oleh keputusan membeli konsumen. Niat sangat mempengaruhi perilaku seseorang semakin tinggi niat seseorang maka semakin tinggi pula

melakukan suatu keputusan (Yuliasri *et.al.* 2011). Minat beli konsumen merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya (Yamit, 2001:77). Menurut Durianto, *et al* (2003:109) niat untuk membeli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu, serta berapa banyak unit produk yang di butuhkan pada periode tertentu. Niat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. pengetahuan akan niat beli sangat diperlukan para pemasar untuk mengetahui niat konsumen terhadap suatu produk maupun untuk memprediksikan perilaku konsumen pada masa yang akan datang.

Faktor kualitas produk juga berperan penting dalam pembelian suatu produk, menurut Kotler (2005:49) keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sedangkan menurut Lupiyoadi (2001:158) menyatakan bahwa konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Niat beli terbentuk dari sikap konsumen terhadap produk dari keyakinan konsumen terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunnya niat beli konsumen.

Selain faktor kualitas produk, faktor citra merek juga berperan penting dalam suatu produk, sebagai cara masyarakat mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya, perusahaan yang baik tentu dapat mengukir citra yang kuat dan menarik (Kotler, 2009). Citra perusahaan itu sendiri dapat dibina dengan

adanya merek yang baik, dengan membawa nama perusahaan merek ini sekaligus mengiklankan kualitas dan besarnya perusahaan (Djaslim Saladin, 2002).

Kemudian faktor loyalitas merek juga menjadi ukuran seorang konsumen berganti merek lain atau tidak. Apabila seorang konsumen loyal terhadap suatu merek maka tidak akan mudah berganti merek lain (Tjiptono, 2008:76) dengan adanya loyalitas merek yang tinggi terhadap suatu merek perusahaan dapat menjamin konsumen akan memberikan reaksi timbale balik dengan memiliki niat untuk membeli produk di masa yang akan datang.

Data penjualan batik Danar Hadi mengalami peningkatan penjualan dan hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.2 berikut ini :

Tabel 1.2
TOP BRAND INDEX TAHUN 2012 s/d 2013

Merek	2012	2013
Batik keris	28,9%	34,2%
Kencana ungu	23,0%	21,6%
Danar Hadi	17,8%	18,3%
Semar	5,3%	4,4%

Sumber : www.topbrand-award.com

Berdasarkan Tabel TBI (TOP BRAND-INDEX) di atas yakni penjualan batik danarHadi ini menunjukkan bahwa penjualan yang terjadi pada tahun 2012 adalah sebesar 17,8% dan pada tahun 2013 prosentase penjualannya adalah 18,3%, dengan data yang di peroleh da tahun terakhir ini menunjukkan bahwa terjadinya peningkatan penjualan yang terjadi pada batik danarhadi sebesar 0,5%.

berdasarkan Tabel di atas mennjukkan bahwa adanya kenaikan akan penjualan batik Danar Hadi, hal tersebut di karenakan batik Danar Hadi mengusung dan

mempertahankan kualitas batiknya yang sudah tidak di ragukan lagi, walaupun harga batik Danar Hadi yang di banderol cukup tinggi, tetapi konsumen yang loyal pada merek batik Danar Hadi, serta menjaga citra merek batik Danar Hadi tetap baik. Kemudian strategi-strategi pemasaran yang di gunakan batik Danar Hadi ini adalah memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen pada saat-saat tertentu, seperti event Danar Hadi *at in craft, special couple promo* pada saat *valentine days, lucky angpao*, dan pada hari kartini batik Danar Hadi memberikan diskon atau potongan harga dan *special price*, kemudian batik Danar Hadi ini mengusung mode pakaian tren terkini, sehinggalan tidak ketinggalan zaman dan tetap modis serta elegan, kemudian batik Danar Hadi meyajikan pakaian batik dengan berbagai macam pilihan kategori seperti pakaian batik khusus untuk laki-laki, untuk wanita, pakaian muslim, batik untuk anak, dan untuk acara-acara resmi, serta fabric dan peralatan kebutuhan rumah tangga yang berasal dari batik, seperti sarung bantal kursi dan batik Danar Hadi sering menyelenggarakan *event-event* untuk dapat menambah menarik peminat batik Danar Hadi, event yang biasanya di adakan adalah seperti *exclusive fashion show* batik *east meet west*, festival batik Indonesia. Karena sarana promosi tersebut dapat di nikmati oleh semua pelanggan batik Danar Hadi.

Namun bila dibandingkan dengan batik merek Keris yang berasal dari kota yang sama, dapat dilihat pada Tabel 1.2 yang menyatakan angka penjualan batik Danar Hadi masih sangat jauh ketinggalan walaupun batik merek Danar Hadi telah melakukan serangkaian promosi, pemberian diskon pada hari-hari tertentu dan mengikuti *trend* mode pakaian yang berkembang pada saat ini, masih saja belum

dapat menyamai dan melebihi angka penjualan pada batik merek Keris tersebut. Berdasarkan fakta yang diperoleh dari latar belakang masalah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan kajian yang lebih mendalam tentang hubungan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Loyalitas merek Terhadap Niat Beli Pada Batik Danar Hadi di Surabaya”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang ada diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas Produk mempengaruhi secara signifikan terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya?
2. Apakah citra merek mempengaruhi secara signifikan terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya?
3. Apakah loyalitas merek mempengaruhi secara signifikan terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya?
4. Apakah kualitas produk, citra merek, loyalitas merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap niat beli batik Danar Hadi di Surabaya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, secara terperinci tujuan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya.

2. Untuk mengkaji signifikansi pengaruh citra merek terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya.
3. Untuk mengkaji signifikansi pengaruh loyalitas merek terhadap niat beli batik Danar Hadi Surabaya.
4. Untuk mengkaji signifikansi pengaruh kualitas produk, citra merek, loyalitas merek secara simultan terhadap niat beli batik Danar Hadi di Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian bagi penulis adalah penulis memperoleh informasi, bukti dan hasil dari pembelajaran jurnal yang dilakukan mengenai kualitas produk, citra merek dan loyalitas merek yang berhubungan dengan niat beli.

2. Bagi pembaca

Manfaat penelitian ini bagi pembaca adalah dapat memberikan wacana ilmu pengetahuan mengenai salah satu kebudayaan yang ada di Indonesia pada produk batik terutama batik Danar Hadi Surabaya.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini bisa dijadikan dasar manajemen dalam mengambil kebijakan atau keputusan mengenai hal untuk meningkatkan kualitas dan penjualan Bagi perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kritik dan saran pada perusahaan untuk memperkuat, kualitas

produk citra merek dan loyalitas merek dan niat beli pada batik Danar Hadi Surabaya.

4. Bagi STIE Perbanas Surabaya

Bagi STIE Perbanas, penelitian yang di lakukan ini di harapkan dapat menjadi dokumen yang berguna untuk memperkaya pengetahuan mengenai batik, khususnya batik khas Solo yaitu batik Danar Hadi sehingga budaya Indonesia terutama batik tetap bisa di lestarikan, dan di perkenalkan kepada mahasiswa.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk mempermudah cara penulisan proposal, penulis membagi penggunaan bab-bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh pembaca. Dengan cara penulisan tersebut maka dapat memungkinkan pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap, terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai pembahasan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan mengenai hasil penelitian terdahulu yang terdapat kaitannya dengan penelitian yang dilakukan saat ini. Serta

membahas mengenai landasan teori, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian, data dan metode pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, instrument penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini diuraikan secara garis besar mengenai responden dan analisis data yang meliputi : analisis deskriptif, pengujian hipotesis dan pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan penjelasan pembuktian hipotesanya, keterbatasan penelitian serta saran-saran