

## **BAB I**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan bisnis sekarang ini berkembang sangat pesat, yang membutuhkan lebih banyak pedagang dan penjual yang kompetitif. Ini menentukan produsen untuk lebih jeli, sensitive, dan praktis untuk berubah agar produsen dapat mempertahankan pelanggan, mereka harus mampu menciptakan barang dan komunikasi yang baik sehingga pelanggan tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh produsen.

Dalam KBBI, emas adalah logam mulia yang berwarna kuning yang dapat ditempa dan dibentuk, Di era sekarang ini selain emas Batangan, emas juga berkembang dalam bentuk kalung, gelang, anting dan cincin. emas memiliki nilai tambah selain investasi emas juga dapat digunakan untuk memperindah dan mempercantik penampilan. Meskipun harga emas yang kondisional kadang naik dan kadang turun para pebisnis dan masyarakat kerap memilih emas untuk berinvestasi.

Bagi Sebagian orang yang ingin melakukan investasi jangka Panjang, emas menjadi pilihan yang menjanjikan karena harga jual emas Kembali naik. Bagi individu atau toko yang memperdagangkan emas, penentuan jam pengadaan dan penentuan harga jual sangatlah penting, karena hal ini akan mempengaruhi keuntungan yang akan diperoleh. Pedagang dan individu yang memperdagangkan emas mereka tidak dapat menentukan harga emas yang mereka perdagangkan karena terdapat patokan harga emas berdasarkan harga emas pasar dunia.

**Gambar 1.1**Perkembangan Harga Emas



Sumber : <https://harga-emas.org/grafik/>

Data diatas adalah data perkembangan harga emas di Indonesia selama 5 tahun terakhir Harga emas jika dalam satuan gram dan mata uang rupiah sejak lima tahun terakhir terus bergerak naik. Tepat lima tahun lalu, berdasarkan perhitungan CNBC Indonesia menggunakan data Refinitiv, harga emas 1 gramnya dibanderol Rp 476.376. Artinya dengan harga sekarang cuan yang dihasilkan dari membeli emas kala itu dan jika masih disimpan sampai sekarang sebesar 90%. Dalam kurun waktu lima tahun harga emas naik hampir 100%.

Kenaikan harga emas dipicu oleh banyak factor, terutama terkait risiko ketidak pastian global yang membuat prospek ekonomi suram. Ketika kondisinya tidak sebaik saat ini, orang mencari untuk menggunakan emas sebagai asset safe haven. Suku bunga acuan rendah dan suku bunga rill sudah berada dalam kisaran negatif. Bank sentral dan pemerintah pusat telah mengadopsi Langkah-langkah stimulus ekonomi skala besar untuk mengurangi dampak pandemic Covid-19 yang dapat memicu tingginya inflasi di masa mendatang. Pandemi akan berakhir, dan

situasinya akan mencekam dan China mencetuskan prospek, pemulihan ekonomi yang semakin suram, membuat investor mencari perlindungan, emas adalah pilihan pertama. Sumber : Tirta Citradi, CNBC Indonesia. Saat berbisnis secara manual tentunya banyak kendala yang dihadapi, salah satunya adalah persepsi kualitas produk, persepsi harga dalam keputusan pembelian.

Persepsi harga ialah bagaimana cara pelanggan melihat harga sebagai harga yang tinggi, rendah, dan adil. Menurut Campbell pada Cockril dan Goode dalam (Rachmawati & Jaenudin, 2022) Persepsi harga merupakan faktor psikologis yang memengaruhi dalam reaksi pelanggan kepada harga. Menurut Kotler dan Keller dalam (Rachmawati & Jaenudin, 2022), persepsi harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa yang ditukarkan pelanggan untuk memperoleh manfaat suatu produk. Serta menurut Ari dan Efendi dalam (Rachmawati & Jaenudin, 2022), persepsi harga merupakan jumlah nilai yang diberikan pelanggan untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan suatu produk dan jasa. Berdasarkan uraian teori di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi persepsi harga adalah informasi atau reaksi pelanggan terhadap jumlah nilai atas suatu produk dan jasa.

Banyak pengusaha yang berfikir untuk berbisnis dalam bidang emas, misalnya berjualan perhiasan emas, karena mereka menyadari akan keuntungan berinvestasi emas dalam kehidupan kita. Banyaknya pembisnis yang berjualan emas tentu akan membuat persaingan dalam bidang emas semakin kompetitif. Jumlah pengusaha emas yang semakin banyak, akan menimbulkan kondisi persaingan antar pengusaha emas, yang menyebabkan saling memperebutkan

konsumen untuk membeli emas di perusahaannya. Menurut (Standart Nasional Indonesia) – No: 8880:2020 Standart karat sebagai berikut :

**Tabel 1.1.Karat Kadar Emas**

Kadar Emas (%)	Karat
99,99	Emas Murni
99,90 - 99,98	24 Karat
95,83 - 99,89	23 Karat
91,67 - 95,82	22 Karat
87,50 - 91,66	21 Karat
83,33 - 87,49	20 Karat
79,17 - 83,32	19 Karat
75,00 - 79,16	18 Karat
70,83 - 74,99	17 Karat
66,67 - 70,82	16 Karat
62,50 - 66,66	15 Karat
58,33 - 62,49	14 Karat
54,16 - 58,32	13 Karat
50,00 - 54,15	12 Karat
45,83 - 49,99	11 Karat
41,67 - 45,82	10 Karat
37,50 - 41,66	9 Karat
33,33 - 37,49	8 Karat

Sumber : [https://www.bsn.go.id/main/berita/berita\\_det/11928](https://www.bsn.go.id/main/berita/berita_det/11928)

\_\_\_\_\_ Persyaratan mutu dalam SNI 8880:2020, terbagi berbagai macam tipe, mulai dari 8 karat hingga 24 karat, bahkan karat emas murni. Yang dimaksud karat disini adalah sistem pengukuran tingkat kemurnian emas, yang diukur berdasarkan jumlah persentase emas murni yang terkandung dalam suatu logam. Hendro mencontohkan, dengan jumlah karat emas 24, maka artinya kadar emas 99,90 % s/d 99,98 %, sementara bila karat emas 17, maka kadar emasnya adalah 70,83 % s/d 74,99 %. Sementara, kadar emas murni adalah 24 karat. Setiap karat dari emas mengandung  $\frac{1}{24}$  dari keseluruhan. Misalnya, jika membeli cincin emas 22 karat, berarti kadar emasnya 91,67 % s/d 95,82 %, sementara bagian lainnya merupakan kandungan bahan lainnya, seperti tembaga, perak, platinum, dan jenis logam lainnya. Oleh karena itu konsumen harus lebih memperhatikan kandungan emasnya, jika membeli perhiasan emas silakan untuk meminta persentase. Karena persentase atau kandungan emas dalam perhiasan emas akan menjadi patokan suatu harga perhiasan emas itu sendiri. Semakin tinggi kandungan emas dalam perhiasan, semakin tinggi juga harganya jelas Hendro.

Toko Slamet Jaya adalah salah satu toko yang terletak di Surabaya bagian utara yang berlokasi di pasar Surya terletak di jalan Kapasan toko ini berdiri sejak 26 Maret 2005. Seiring dengan banyaknya toko emas yang bermunculan di pasar Surya, namun demikian dengan toko emas Slamet Jaya yang tidak pernah sepi pengunjung tapi semenjak ada wabah COVID-19 tiga tahun terakhir ini toko emas Slamet Jaya mengalami penurunan penjualan yang sangat drastis berikut ini data penjualan di toko emas Slamet Jaya Surabaya.

### Data Penjualan Toko Emas Slamet Jaya

Bulan dan Tahun	Item
Januari 2020	10
Februari 2020	19
Maret 2020	10
April 2020	1
Mei 2020	11
Juni 2020	12
Juli 2020	8
Agustus 2020	3
September 2020	12
Oktober 2020	15
November 2020	7
Desember 2020	18
Januari 2021	5
Februari 2021	16
Maret 2021	12
April 2021	11
Mei 2021	19
Juni 2021	7
Juli 2021	4
Agustus 2021	6
September 2021	19
Oktober 2021	21
November 2021	16
Desember 2021	12
Januari 2022	13
Februari 2022	19
Maret 2022	20
April 2022	17
Mei 2022	22
Juni 2022	12
Juli 2022	17
Agustus 2022	20
September 2022	19
Oktober 2022	21
November 2022	18
Desember 2022	12
Januari 2023	10
Februari 2023	7
Maret 2023	7
April 2023	5

Sumber : Toko Slamet Jaya

Data diatas merupakan data penjualan di Toko Slamet Jaya selama Januari 2020 – April 2023, yang merupakan hasil dari beberapa item yang dijual toko tersebut mulai dari logam mulia, kalung, gelang, anting dan cincin.

Pada tahun 2020 merupakan waktu yang cukup berat untuk pelaku usaha karena adanya pandemic covid-2019 yang memberikan dampak yang cukup besar pada semua pelaku bidang usaha emas. permasalahan yang dihadapi oleh Toko Slamet Jaya pada saat itu adalah penurunan omset pada beberapa bulan setelah penjualan tepatnya pada 2020 terjadi penurunan sebesar 59,5% dibulan April, juli, agustus, November dan pada tahun 2021 terjadi penurunan sebesar 22,9% dibulan maret, April, juni, juli, November, desember dan pada tahun 2022 ada penurunan sebesar 24,5% tepatnya di bulan April, juni, September, desember dan pada tahun 2023 ada penurunan sebesar 0,29% tepatnya di bulan februari, April karena saat itu ada wabah Covid – 19 yang mempengaruhi perokonomian dunia yang semakin sulit membuat konsumen lebih berhati – hati dan sensitif dalam membelanjakan uang mereka. Hampir semua sektor bisnis terkena dampaknya dari krisis ekonomi, termasuk diantaranya adalah bisnis emas.

Dari hasil observasi dengan owner toko Slamet Jaya mengatakan bahwa toko tersebut akhir – akhir ini mengalami penurunan penjualan dikarenakan model yang mereka jual model lama, sedangkan semakin berjalannya waktu konsumen banyak yang meminta model baru yang unik dan bagus, meskipun toko Slamet jaya menjual produk dengan kualitas baik tapi model yang mereka jual tidak menarik, Sehingga konsumen lebih tertarik berbelanja di toko lain. Untuk harga yang mereka

tawarkan itu kondisional mengikuti harga pasar emas dunia dan perbandingan dengan toko sekitar dengan toko Slamet Jaya itu. ( Hasil wawancara )

Untuk kualitas produk yang ada di toko Slamet Jaya produk yang mereka jual tidak mudah rusak dan tahan lama untuk digunakan dalam waktu jangka Panjang. tetapi desain produk yang mereka tawarkan tidak cukup menarik karena ukuran, model lama dan beratnya sehingga konsumen tidak cukup tertarik untuk melakukan keputusan pembelian di toko Slamet Jaya Surabaya.

**Tabel 1. 2**

**Pra Survey**

NO	Keterangan	Respon		Jumlah Responden
		Ya	Tidak	
1	Apakah kualitas produk yang ada di Toko Emas Slamet Jaya Surabaya menarik, Kuat dan tahan lama untuk melakukan keputusan pembelian (Kualitas produk )	25	5	30
2	Apakah harga Toko Slamet Jaya terjangkau untuk melakukan keputusan pembelian (Persepsi Harga)	22	8	30
3	Saya menyarankan membeli emas di Toko Slamet Jaya karena terpercaya akan produk yang dijualnya ( Keputusan pembelian )	23	7	30

Sumber: Data Primer diolah, 2023

Peneliti juga melakukan pra survei kepada 30 responden di tempat objek penelitian terhadap keputusan pembelian. Penulis juga melakukan pra survei mengenai keputusan pembelian produk emas di Toko Slamet Jaya Surabaya. Hasil



menunjukkan dapat diketahui dapat diketahui bahwa terdapat 30 responden terkait pertanyaan yang diajukan oleh penulis yang mengenai pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan terhadap keputusan pembelian produk Toko Emas Slamet Jaya. Tingkat keputusan pembelian kualitas produk mencapai (83,3%) kualitas produk yang diberikan oleh Toko Slamet sangat terpercaya dengan daya kuat dan tahan lama jika dipakai tetapi dari ( 16,7%) banyak yang komplain mengenai design produk yang dikeluarkan oleh toko emas Slamet jaya adalah designnya produk lama. Dari persepsi harga Toko Slamet Jaya mendapatkan angka (73,3% - 76,7%). itu yang berarti harga yang ditawarkan oleh Toko Slamet Jaya sangat terjangkau daripada toko lain, maka dari itu banyak orang melakukan keputusan pembelian di Toko Slamet Jaya karena harganya yang sangat terjangkau.

Beberapa hasil penelitian tentang kualitas produk, yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, disebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Fernando, 2018). Kualitas produk diartikan sebagai karakteristik dari suatu produk atau jasa yang tergantung pada manfaat atau kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan (Kotler et al., 2020) dalam (Mardiyanti & Andriana, 2022). Kualitas produk adalah kemampuan dari suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Dalam hal ini mencakup keseluruhan daya tahan, presisi, keandalan, perbaikan produk, kemudahan dalam pengoperasiannya dan atribut berharga lainnya (Fillah and Fitria, 2018; Fadilla, 2019;) dalam (Mardiyanti & Andriana, 2022)

Keputusan pembelian terhadap merek atau model, terutama di lingkungan pasar dimana dengan tingkat persaingan yang sangat ketat dan penetapan harga yang kompetitif. Kualitas produk menunjukkan semua dimensi penawaran produk yang bermanfaat bagi konsumen(Fernando, 2018).

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen itu sendiri. Proses pengambilan keputusan pembelian dengan beberapa tahap dengan pertimbangan atau alternative pilihan lainnya (Dukalang et al., 2022) dalam (Sahrudin & Nadeak, 2022).

Menurut Kotler & Armstrong (2018) dalam (Ernawati, 2021) keputusan pembelian konsumen merupakan keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor dapat muncul antara niat membeli dan keputusan membeli. Menurut Yusuf (2021) dalam (Ernawati, 2021) keputusan pembelian adalah suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Prooduk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Emas Slamet Jaya Surabaya.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang di dapat dirumuskan ssebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas Slamet Jaya Surabaya?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas Slamet Jaya Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko emas Slamet Jaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian di toko emas Slamet Jaya.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan bisa dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat teoritis

- Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan keilmuan dan wawasan khususnya dalam strategi pemasaran toko emas.
- Sebagai tambahan informasi ilmiah yang dapat dijadikan referensi dalam strategi pemasaran di lembaga ini.

### 2. Secara Praktis

- Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran dan masukan Toko Emas Slamet Jaya dalam mempertahankan eksistensinya.
- memberikan informasi yang bermanfaat
- Pesan yang berkenan dengan kualitas produk, model produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Emas Slamet Jaya