

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam masa globalisasi yang dipenuhi persaingan, produsen harus meningkatkan kualitas produk mereka untuk memperkuat citra merek. Saat ini, konsumen memiliki beragam pilihan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan memiliki karakteristik dan bentuk yang beragam untuk menarik minat konsumen, termasuk harga yang terjangkau, kualitas yang berbeda-beda, variasi produk, dan juga daya tahan. Keunggulan suatu produk terletak pada penampilannya yang menarik dan berbeda dari produk sejenis yang ada di pasaran.

Dalam dunia pendidikan, kurikulum merupakan salah satu bagian yang tak kalah pentingnya. Sebab pada setiap jenjang pendidikan, kurikulum dijadikan sebagai acuan atau pengatur pada setiap jalannya proses belajar mengajar, hal tersebut guna memperbaiki pendidikan di Indonesia. Oleh karenanya, kurikulum dapat dipahami sebagai segala sesuatu atau segala aktivitas yang dilakukan peserta didik dan guru di sekolah untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Buku merupakan salah satu sarana penting dalam upaya meningkatkan mutu pendidikan. Salah satu permasalahan perbukuan dalam era otonomi daerah dewasa ini adalah ketersediaan buku yang memenuhi standar nasional pendidikan dengan harga murah yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Dalam proses belajar mengajar di sekolah tentunya guru maupun murid membutuhkan buku sebagai

penunjang proses belajar mengajar. Buku merupakan material mutlak yang digunakan dalam proses pembelajaran anak di sekolah (Yusup, Santoso, and Istifarida 2018). Buku adalah sumber belajar yang sangat urgen. Kehadiran buku sangat membantu siswa mempelajari materi pembelajaran dengan mudah. Buku itu adalah buku ajar atau buku teks.

Seperti yang diketahui, saat ini konsumen sangat kritis dalam memilih produk. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh penilaian kualitas produk. Permintaan akan produk berkualitas tinggi semakin meningkat sehingga perusahaan berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk demi mempertahankan citra merek. Setiap merek memiliki ciri khas yang membedakan produk tersebut dari yang lain, meskipun sejenis.

Membangun suatu merek pada dasarnya adalah melibatkan pada pembangunan hubungan antara pengguna target dengan pengguna yang sudah ada dengan merek sebagai pribadi yang di kenal. Hubungan ini akan menghubungkan pengguna dengan merek yang mereka gunakan. Membangun merek dalam produk memerlukan upaya yang signifikan untuk menciptakan perbedaan nyata dan simbolis dengan produk tersebut. Produk yang memiliki merek yang kuat akan menjadi pertama yang dipikirkan oleh konsumen. Merek menjadi aset perusahaan yang paling berharga. Karena itu, merek perlu dikelola, dikembangkan, diperkuat, dan ditingkatkan secara berkelanjutan untuk memberikan keunggulan kompetitif

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan perlu melakukan proses pertukaran yang melibatkan penilaian keberhasilan pemasaran.

Agar proses pertukaran tersebut berjalan sesuai dengan tujuan perusahaan, diperlukan kegiatan promosi untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan, menarik perhatian konsumen, dan mendorong mereka untuk segera memutuskan membeli produk yang ditawarkan.

Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen merupakan suatu proses dimana konsumen memilih dari beberapa alternatif dan mencari solusi atas masalah yang dihadapi. Setelah itu, konsumen mengevaluasi berbagai pilihan yang tersedia dan memutuskan tindakan yang akan diambil. Untuk meningkatkan penjualan produknya, perusahaan perlu memahami proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dengan baik. (Ruslan and Fahmi 2023) menjelaskan kembali pada penelitiannya Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179), proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian yang dialami oleh konsumen.

Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk dan banyak faktor yang dapat mendasari keputusan tersebut. Harga, kualitas produk dan citra merek yang ditawarkan suatu perusahaan dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sebuah buku.

Dalam penelitian (Abdullah S, Susilo, and Mulawarman 2022) dalam penelitian mereka yang berjudul “Analisis Kelayakan Buku Teks Bahasa Indonesia untuk Siswa Kelas VIII Sekolah Menengah Pertama” dalam buku terbitan Erlangga

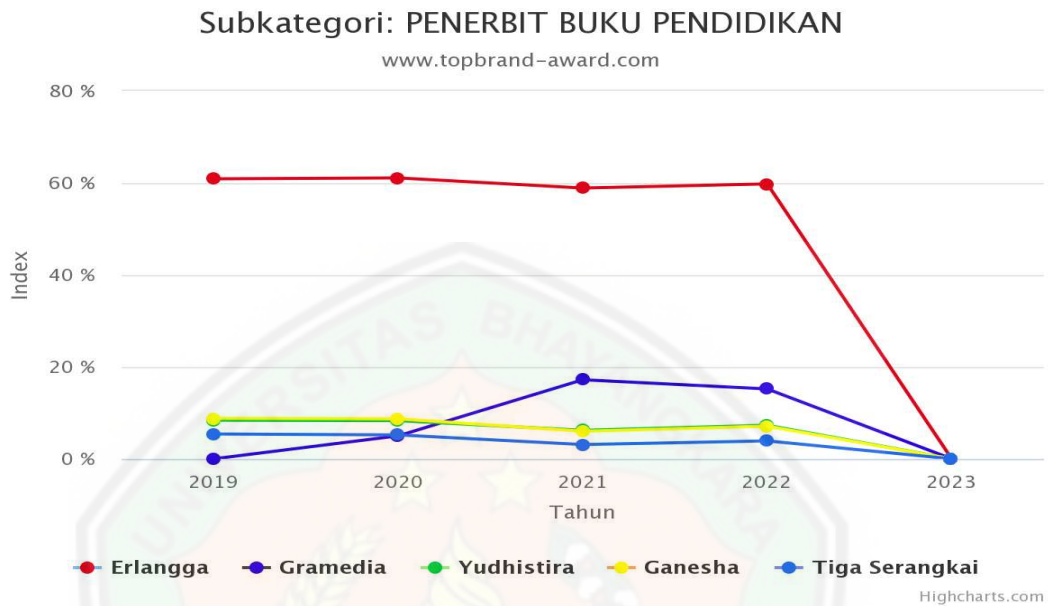
menyajikan materi yang runtut dimulai dari konsep dasar lalu konsep yang lebih rumit, seperti dari definisi, menentukan unsur teks, dan menyimpulkan teks, sedangkan dalam buku terbitan Yudhistira materi yang berada pada bab tidak runtut karena tidak dimulai dari konsep dasar lalu konsep yang lebih rumit, seperti dimulai dari definisi, menentukan unsur teks, dan menyimpulkan isi teks.

Penyajian materi dalam buku terbitan Erlangga kurang konsisten karena hanya menggunakan pendahuluan, isi dan evaluasi, tetapi tidak adanya penutupan / rangkuman, sedangkan dengan buku terbitan buku Yudhistira yang dilengkapi refleksi, rangkuman dan kamus mini.

(Abdullah S, Susilo, and Mulawarman 2022) menjelaskan berdasarkan hasil analisis kelayakan isi, kesesuaian isi, kesesuaian Bahasa dan kelayakan penyajian yang telah dibuat, maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut. Kelayakan buku teks Bahasa Indonesia terbitan Erlangga dengan persentase 81,5% dinilai layak, sedangkan buku teks Bahasa Indonesia terbitan Yudhistira dengan persentase 68,5% dinilai layak. Selanjutnya analisis kelayakan isi buku teks Bahasa Indonesia terbitan Erlangga persentasenya adalah 82,14% sedangkan buku teks Bahasa Indonesia terbitan Yudhistira diperoleh 75%, dan untuk kelayakan penyajian untuk Bahasa Indonesia terbitan Erlangga diperoleh 75% sedangkan terbitan Yudhistira diperoleh 71,6%.

Berdasarkan perbandingan diatas, secara keseluruhan, buku teks Bahasa Indonesia terbitan Erlangga dapat dianggap lebih baik dan lebih layak atau bagus

dalam hal kelayakan isi, kesesuaian Bahasa dan kelayakan penyajian dalam hal ini jika dibandingkan terbitan Yudhistira.



**Grafik 1.1 Data Penjualan Buku**

Sumber : topbrand-award.com periode 2019-2022

**Tabel 1.1 Data Penjualan Buku**

Nama Brand	2019	2020	2021	2022
<b>Erlangga</b>	60.90	61.10	58.90	59.80
<b>Gramedia</b>	0	5.00	17.20	15.20
<b>Ganesha</b>	8.80	8.70	6.00	7.10
<b>Yudhistira</b>	8.40	8.30	6.20	7.30
<b>Tiga Serangkai</b>	5.40	5.20	3.10	3.90

Sumber : topbrand-award.com periode 2019-2022

Berdasarkan grafik dan tabel diatas, Yudhistira di peringkat ke 3 dalam penjualan buku di indonesia dari tahun 2019-2022. Data dari Top Brand Award menunjukan pasar nasional penjualan buku masih dikuasai oleh Erlangga yg konsisten di peringkat pertama dari tahun ke tahun. Yudhistira mengalami penurunan penjualan dari tahun 2019-2020 sebesar 0,1 %, dan tahun 2020-2021 mengalami penurunan yang cukup besar yaitu 2,1%, akan tetapi yudhistira mengalami peningkatan pada tahun 2021-2022 sebesar 1,1 sumber : topbrand-award.com periode 2019-2022

**Tabel 1. 2 Perbandingan harga buku**

Harga Buku SMK 2023		
Buku pelajaran	Yudhistira	Erlangga
Agama	Rp. 79.000	Rp. 104.000
PPKN/pancasila	Rp. 88.000	Rp. 94.000
Bahasa Indonesia	Rp. 86.000	Rp. 98.000
Matematika	Rp. 79.000	Rp. 135.000
Sejarah	Rp. 88.000	Rp. 159.000
Pemasaran	Rp. 82.000	Rp. 72.000
Jaringan komputer	Rp. 74.000	Rp. 124.000

**Sumber : diolah peneliti 2023**

Dari perbandingan harga tersebut, terlihat bahwa harga buku pelajaran dari penerbit Erlangga cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan harga dari penerbit Yudhistira, terutama untuk beberapa mata pelajaran seperti Matematika dan Sejarah. Namun, terdapat beberapa mata pelajaran seperti Pemasaran dimana harga

buku dari Yudhistira lebih tinggi dibandingkan dengan harga dari Erlangga. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor seperti kualitas isi buku, jumlah halaman, atau bahkan popularitas penulis buku tersebut. Sumber data perusahaan Yudhistira dan katalog Erlangga

Berdasarkan uraian diatas maka penulis perlu melakukan penelitian. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BUKU YUDHISTIRA DI SERANG”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang?
2. Apakah ada pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang?
3. Apakah ada pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang
3. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek jika muncul bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada produk buku Yudhistira di Serang

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada tujuan penelitian, maka diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan bagi percetakan buku secara teoritis mengenai kualitas produk, harga, citra merek dan keputusan pembelian

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan kemampuan berfikir yang telah didapatkan selama berada dibangku perkuliahan.



## 2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan masukan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan penjualan.

## 3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya dan sebagai motivasi dan informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya pada pembahasan dibidang yang sama

### **1.5 Sistematika penulisan Skripsi**

Penyusunan sistematika penulisan pada penelitian ini berdasarkan bab demi bab untuk memudahkan dalam pembacaan sebagaimana ditulis seperti berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab 1 berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta yang terakhir adalah sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II berisi mengenai landasar teori yang mendasari analisis penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran hipotesis dan model konseptual

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab III berisi jenis penelitian jenis dan sumber data, populasi dan sampel , metode pengumpulan data, alamat instrumen penelitian, dan teknis analisis data.

#### **BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN**

Bab IV berisi deskripsi obyek penelitian, deskripsi responden beserta indeks jawabannya, hasil penelitian dan pembahasan dari hasil yang ditemukan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab V berisi perkara kesimpulan dalam penelitian yang telah dilakukan serta implikasi manajerial

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

