

BAB I PENDAHULUAN

I.I. Latar Belakang Masalah

Persaingan dalam dunia perniagaan Indonesia adalah sengit, dan syarikat itu sentiasa berusaha untuk mendapatkan bahagian pasaran dan menjangkau sebanyak mungkin pengguna baru. Semua syarikat perlu melaksanakan strategi yang betul untuk bersaing dan menakluki pasaran.

Tingkah laku membeli orang boleh dipanggil unik kerana orang mempunyai rasa dan sikap yang berbeza terhadap sesuatu. Di samping itu, pengguna datang dari segmen yang berbeza, yang juga membezakan kehendak dan keperluan mereka.

Pengeluar perlu memahami tingkah laku pengguna terhadap produk dan jenama di pasaran. Persaingan mempengaruhi penciptaan produk baru sebagai langkah dominan dalam mengekalkan inventori, menukar tawaran produk mereka untuk tujuan yang menguntungkan.

Penulis perlu memahami tingkah laku pengguna terhadap produk dan jenama di pasaran, bahwa Persaingan mempengaruhi penciptaan produk baru sebagai langkah dominan dalam mengekalkan inventori syarikat. Syarikat menukar tawaran produk mereka untuk tujuan yang menguntungkan, menarik pengguna dengan menawarkan produk berkualiti tinggi sebagai pilihan untuk pengguna. Melihat pilihan dan tawaran produk, syarikat yang berbeza menawarkan produk dengan kwalitis yang berbeza dan mempunyai keupayaan yang hampir sama untuk menarik pengguna.

Salah satu rumah percetakan dan penerbit buku teks di pusat kota Tangerang, CV. Pustaka Kariya menyediakan kemudahan dan infrastruktur dalam bentuk buku teks dan buku pentadbiran untuk sekolah rendah, terutamanya sekolah rendah (SD). Syarikat itu menjual produknya melalui pasaran luar talian, terutamanya ke sekolah yang sebelum ini bekerja dengan penerbit CV. Perpustakaan karya dan penerbit ini produknya melalui media dalam talian, terutamanya pasaran luar talian

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah Pengaruh kualitas suatu produk terhadap harga dari produk buku yang dijual
2. Apakah Kesan harga ke atas keputusan pembelian produk buku yang dijual
3. Apakah Pengaruh kualiti produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian produk buku yang dijual

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kesan kualiti produk pada harga pada produk buku yang dijual pada CV. Pustaka Karya
2. Untuk mengetahui kesan harga ke atas keputusan pembelian produk buku yang dijual pada CV. Pustaka Karya
3. Untuk mengetahui pengaruh kualiti produk dan harga pada keputusan pembelian produk buku yang dijual pada CV. Pustaka Karya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - Bagi Instansi

Penyelidik berha Rap hasil kajian ini boleh digunakan dalam dunia praktikal sebagai bahan rujukan dalam membuat dasar yang berkaitan dengan kualiti produk dan harga, terutamanya ke arah CV. Pustaka Karya, dengan hara pan boleh mengambil syarikat dan pihak yang berkenaan dalam arah yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis
 - Untuk Agensi

Peneliti berharap hasil kajian ini dapat digunakan dalam membuat asas penyelidikan yang berkaitan dengan kualitis pro duk dan harga, terutamanya untuk CV. Pustaka Karya, dengan harapan ia dapat membawa syarikat dan pihak berkaitan ke arah yang lebih baik.

- Bagi Penulis

Hasil kajian ini dijangka akan diketahui tambahan mengenai kualiti produk dan harga keputusan pembelian, jadi saya mahu hasil siasatan saya menjadi bahan rujukan tambahan untuk penyiasat masa depan.

