

ANALISIS STRATEGI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN BAJU PADA TOKO BANDUNG SUPERSALE DI BANJARMASIN

Rully Hidayat¹, H. Maskur², Prihatini Ade Mayvita³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 19310035

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0620111230

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin, Indonesia. 0019057201

Email: rullyhidayat37@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan strategi harga dan kualitas produk pada Toko Bandung Supersale di Banjarmasin dalam meningkatkan keputusan pelanggan dan juga untuk mengetahui bagaimana kendala dalam penetapan strategi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Bandung Supersale di Banjarmasin Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumen dimana penelitian ini menggunakan Pemilik Toko dan Pelanggan Toko Bandung Supersale yang sebanyak 2 orang untuk menjadi narasumber dan menurut Miles dan Huberman teknik analisis data yang ada dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa toko Bandung Supersale menggunakan metode *Competition Based Pricing* yang artinya yaitu menentukan harga menyesuaikan dengan harga kompetitor lain sehingga terdapat dua macam reaksi pelanggan, pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh Bandung Supersale tidak mahal dan sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan adapula pelanggan mengatakan bahwa harga yang ditetapkan terlalu mahal namun sebanding dengan kualitas produk yang didapatkan. Pelanggan dari toko Bandung Supersale mengatakan bahwa mereka puas dengan kualitas produk dari toko Bandung Super Sale dan dari pernyataan konsumennya ada yang sampai 4-5 kali berkunjung kembali itu membuktikan bahwa kualitas dari baju disini sangatlah baik. Untuk kendala yang ada pada Toko Bandung Supersale yaitu karena adanya faktor persaingan dan banyaknya toko sejenis menjadikan itu masalah karena tidak bisa menyesuaikan harga sesuai dengan yang diinginkan karena jika membuat harga yang berbeda dari yang lain itu bisa menyebabkan masalah yang berkelanjutan. Tetapi sampai sekarang pun masalah faktor persaingan ini masih belum bisa diatasi oleh toko Bandung Supersale.

Kata Kunci : Strategi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari 2016. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung : Alfabeta
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap. Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. Jurnal Wawasan
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta : Andi.
- Kotler, Amstrong. 2016. Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Mangkunegara, A.A.A. P. 2019. Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan. Cetakan Kedua. Bandung: PT. Remaja Rosda karya Offside.
- Prasetia, Andreas. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persaingan Dan Pertumbuhan Pasar: Budaya, Sosial, Personal (Suatu Literature Review). Dinasti Review : JIMT

