

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini melihat kesadaran masyarakat untuk berhijab ternyata mendorong berkembangnya trend busana muslim, khususnya muslimah di Indonesia. Trend ini secara langsung telah membuka peluang pasar yang cukup besar. Bahkan pada bulan Ramadhan nilainya akan meningkat pesat. Busana muslimah memiliki karakter yang unik di bandingkan busana wanita pada umumnya. Secara naluriah wanita memiliki kecenderungan untuk setiap saat tampil cantik, anggun, dan trendi. Di sisi lain, ada tuntunan syariat yang mengatur tatacara seorang muslimah untuk berpakaian yang menutup aurat. Sekilas dua hal tersebut tampak sangat berseberangan sehingga seolah memaksa seorang muslimah untuk memilih salah satu dan meninggalkan yang lain. Namun perjalanan trend busana membuktikan bahwa muslimah tetap bisa memenuhi tuntutan menutup aurat sekaligus tampil mempesona.

NAFAFA *Fashion & Collection* merupakan salah satu dari perdagangan produk busana muslimah yang menyediakan busana muslimah dan perlengkapan muslimah yang berlokasi di LotteMart Bekasi Junction Trade Center Lantai Ground (AC)/ Kios No. GK. 002- 003- 005 Jalan H. Juanda Margahayu Bekasi Timur- Kota Bekasi Jawa Barat.

Dalam perjalanannya butik atau toko muslimah semakin meningkat baik dalam jumlah maupun pelayanan yang di berikan. Keadaan tersebut menyebabkan adanya persaingan dengan butik atau toko busana muslimah lainnya. Akibatnya, mau tidak mau para pengusaha bisnis busana muslimah tidak mempunyai pilihan lain kecuali memenangkan persaingan. Berikut adalah daftar beberapa pesaing Toko Nafafa *Fashion & Collection* seperti:

Tabel 1.1 Daftar Pesaing Toko Nafafa *Fashion& Collection*

No.	Brand
1	Rabbani
2	Zoya
3	Elzatta
4	Shafira
5	Al- Mia
6	Keke

Berdasarkan tabel 1.1 dapat di ketahui bahwa ada beberapa toko/ butik busana muslimah yang menawarkan produk sejenis, meskipun bukan satu-satunya toko busana muslimah yang ada di Lottemart Bekasi Junction Trade Center tetapi Produk Nafafa dapat bersaing ketat dengan Produk Zoya yang memiliki rating tertinggi saat ini. Produk Nafafa dengan menawarkan beragam jenis busana muslimah seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Jenis Busana Muslimah di Toko Nafafa *Fashion & Collection*

No.	Bahan	Warna	Harga
1	Wolfis motif Bunga	- Kuning - Hitam - Coklat - Orange	Rp. 185.000
2	Tunik bahan Katun wol	- Abu- abu - Hitam - Coklat - Biru - Kuning	Rp.200.000
3	Celana bahan Katun	- Hijau - Pink - Abu- abu	Rp.120.000

4	Setelan over all luaran dan dalaman	- Coklat - Hijau tosca - Merah - Abu- abu & putih - Merah& Putih - Hijau& Putih - Hitam& Putih - Coklat Tua& Putih - Coklat Susu& Putih	Rp. 325.000
5	Gamis Silky	- Coklat - Abu- abu - Hijau	Rp. 280.000
6	Gamis linen mostline	- Hitam - Biru	Rp. 280.000
7	Toyobo super	- Maroon - Dark Brown - Merah - Hijau - Biru army	Rp. 280.000

Persaingan di industri fashion muslimah saat ini sangatlah ketat, hal ini di picu karena semakin banyaknya orang yang berkecimpung dalam bisnis fashion khususnya fashion muslimah. Seiring berkembangnya zaman, kini pelanggan semakin pintar dalam memilih produk yang akan di beli. Dengan adanya

perubahan gaya hidup membuat keinginan dan kebutuhan pelanggan semakin beragam, pelanggan akan lebih selektif dalam melakukan pembelian suatu produk. Diantaranya produk yang saat ini paling dicari konsumen yaitu Tunik bahan Katun wol karena produknya relatif murah dan memiliki berbagai macam warna. Hal ini membuat pengusaha busana muslimah harus melakukan berbagai cara menarik perhatian kepada calon pembeli untuk memenangkan persaingan. Berkaitan dengan konsep pemasaran yang berorientasi pada pelanggan maka manajemen harus memiliki kreativitas yang tinggi agar menghasilkan produk yang inovatif dan dapat memberikan kepuasan pada pelanggan dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh pelanggan tersebut. Jika tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka kualitas produk tidak akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang diakibatkan oleh rendahnya kualitas bahan baku serta lokasi yang kurang strategis.

Adapun data mengenai jumlah pelanggan dua tahun terakhir di Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection*, sebagai berikut:

Tabel 1.3 Data Pelanggan Toko Nafafa *Fashion & Collection* tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Data Pelanggan
2014	1.000
2015	1.500
2016	1.400
2017	1.200

Sumber : Pelanggan Toko Nafafa *Fashion & Collection* 2018

Berdasarkan tabel 1.3 di atas, dapat diketahui bahwa jumlah data pelanggan di Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection* mengalami penurunan penjualan signifikan sebanyak 2% pada tahun 2017. Hal ini menjadi masalah yang harus dihadapi Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection* dalam mempertahankan Jumlah Pelanggan. Untuk menanggapi masalah tersebut, Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection* perlu merumuskan strategi pemasaran dengan kebijakan meningkatkan kualitas produk yang dapat memenuhi

kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pelayanan yang baik dan di harapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan.

Sistem penjualan yang di pakai di Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection* sekarang masih bersifat konvensional, yaitu pelanggan yang harus datang langsung ke Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion & Collection* sehingga dapat menyita waktu pelanggan yang berada jauh dari Toko Nafafa *Fashion & Collection*. Pada pembelian secara langsung, setelah pelanggan memilih dan mendapatkan barang yang di inginkan seelanjutnya pelanggan melakukan transaksi pembayaran di kasir dan mengambil barang yang telah di beli. Pembelian secara langsung dapat melakukan transaksi pembayaran melalui Cash dan Debit (BCA, Prima, Mandiri, dan Visa). Dan untuk penjualan atau pemasaran secara online Toko Nafafa *Fashion & Collection* hanya melalui media sosial whatsapp saja, pembelian secara online bisa di lakukan melalui transfer.

Konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya dapat membantu perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasa, sehingga masalah serupa tidak akan terulang di masa datang. Sementara kepuasan pelanggan dapat membantu perusahaan dalam memperkuat posisi pesaing bersaing produknya melalui segmentasi. Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu.

Informasi yang lebih berkualitas, diharapkan agar konsumen mampu membuat keputusan pembelian yang lebih 'bijaksana' dan mampu menghindari pengalaman buruk konsumen lainnya. Selain itu, konsumen juga diharapkan dapat benar- benar memahami posisinya, terutama dalam hal hak dan kewajiban

konsumen, serta hak dan kewajiban pelaku usaha. Selain bermanfaat sebagai acuan dalam mengevaluasi kinerja produk dan perusahaan, pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan pelaku usaha juga berguna dalam memberikan informasi tentang alternatif tindakan dan prosedur yang bisa dilakukan bila konsumen tidak puas terhadap produk/jasa atau perusahaan spesifik. Sedangkan minat pembelian konsumen adalah kecenderungan konsumen untuk membeli merek yang paling sukainya. Setelah pembelian produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen merasa puas ia memperlihatkan peluang yang besar untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan, maka penulis tertarik untuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Busana Muslimah Nafafa Fashion& Collection Kota Bekasi (Studi Kasus Pada Lottemart Bekasi Timur)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*?
2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*?
3. Apakah Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*?

1.3 Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini di tunjukkan untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas dan agar lebih fokus. Penulis membuat batasan masalah yang akan di teliti sebagai berikut:

1. Penelitian ini mengkhususkan pada pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*.
2. Penelitian ini mengkhususkan Kepuasan Pelanggan pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*.
3. Penelitian di lakukan pada responden yang datang atau pernah melakukan pembelian pada Toko Busana Muslim Nafafa *Fashion& Collection*.

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan dan batasan masalah di atas maka Proposal Skripsi ini di susun untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk pada Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion& Collection* terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Produk pada Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion& Collection* terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Produk& Kualitas Pelayanan pada Toko Busana Muslimah Nafafa *Fashion& Collection* terhadap Kepuasan Pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan penelitian baik secara teoritis maupun praktis dan sebagai bahan perbandingan antara teori- teori yang di peroleh di bangku kuliah dengan yang sebenarnya di lapangan.
2. Bagi pembaca, untuk wawasan sekaligus bahan kajian lebih lanjut terutama bagi Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

3. Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini di harapkan mampu memperkuat penelitian sebelumnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan, sebagai bahan evaluasi pemilik usaha untuk meningkatkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang baik.
2. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk melatih berfikir secara ilmiah dengan berdasar pada disiplin ilmu yang di peroleh di bangku kuliah khususnya lingkup manajemen dan menerapkannya pada data yang di peroleh dari obyek yang di teliti.
3. Bagi kalangan akademis dan pembaca, dapat menambah wawasan referensi bagi peneliti selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai hal- hal yang di bahas dalam penulisan ini, maka penulisannya di bagi menjadi 5 Bab. Pembagian tersebut di maksudkan agar dapat mempermudah dalam pemikiran dan pemahaman. Adapun pembagian ke lima bab tersebut adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menguraikan mengenai dasar dan teori- teori Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan. Dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

Bab III : Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang Desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasionalisasi variabel, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan sampel, metode analisis data.

Bab IV : Analisis dan Pembahasan

Berisi tentang pendeskripsian profil organisasi/ perusahaan, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian, Saran Penelitian selanjutnya, dan Hambatan Penelitian,.

Bab V: Penutup

Berisi tentang kesimpulan dan Implikasi Manajerial.

