

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Boleh dikatakan, selama beberapa dekade terakhir *fashion* Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Banyak faktor, seperti meningkatnya potensi desainer regional, meningkatnya standar ekonomi, dan industri ritel yang berkembang pesat mendorong hal ini. Percakapan mengenai industri *fashion* tidak dapat dipisahkan dari pelanggan. Pelanggan mungkin dianggap sebagai kekuatan utama di balik suatu industri. Selain menjadi pelanggan, mereka juga menilai apakah suatu gaya memiliki apa yang diperlukan untuk menjadi tren (Aziz et al., 2022).

Distro Bloods di Kota Cikarang telah berkembang menjadi *brand fashion* yang digemari baik pria maupun wanita melalui sistem penjualan langsungnya. Portofolio merek *fashion Bloods* yang luas dipasarkan secara inovatif melalui media sosial, termasuk Instagram. *Distro Bloods* ingin membuat *distro* yang menawarkan merek *fashion* yang berbeda dari merek lain yaitu kualitas tinggi, harga terjangkau, dan pelayanan terbaik (Aziz et al., 2022).

Persaingan semakin ketat, dan karena persaingan yang begitu ketat setiap *distro* mempunyai strategi tersendiri dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen kini mempertimbangkan seluruh bagian layanan suatu produk, mulai dari titik pembelian hingga setelah pembelian, dan tidak lagi hanya mendasarkan pembelian mereka pada estetika (Tulloch & Utama, 2020).

Kebiasaan masyarakat terkait dengan pertumbuhan ini, sehingga menjadikan masyarakat semakin signifikan dalam menentukan dan memilih pakaian yang akan dikenakannya. Beberapa orang percaya bahwa cara mereka berpakaian meningkatkan status sosial mereka. Saat ini banyak orang yang memilih bahan, desain dan model berkualitas tinggi yang sesuai dengan selera dan harga terjangkau. Akibatnya, semakin banyak pebisnis kreatif yang bekerja di industri pakaian dan *fashion* (Tulloch & Utama, 2020).



Gambar 1.1 Baju Distro Bloods

Kualitas produk merupakan salah satu elemen yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan pembelian itu dapat ditingkatkan atau dibuat untuk memenuhi harapan pelanggan. Mengetahui bahwa produk *Bloods store* berkualitas tinggi tentu akan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan (Akbar et al., 2023).

Selain itu, keputusan pelanggan dalam membeli suatu barang dan jasa sangat dipengaruhi oleh harga. Sebelum mengambil keputusan, pelanggan memulai dengan membandingkan produk yang ingin mereka beli dengan pilihan lain yang sebanding. Karena harga merupakan variabel penting yang digunakan

oleh pelanggan, penetapan harga sering kali dikonseptualisasikan sebagai alat penjualan dan alat yang mendefinisikan persaingan. Penetapan harga adalah jumlah uang yang dibebankan pada suatu barang atau jasa, itu adalah nilai yang diharapkan pelanggan peroleh dari keuntungan menggunakan suatu barang atau jasa. Karena harga dan utilitas berdampak pada keputusan pembelian pelanggan, bisnis perlu menetapkan harga yang sejalan dengan apa yang diyakini pelanggan sebagai hal yang sepadan, bukan terlalu tinggi atau terlalu murah (Sanjaya et al., 2022).

Dalam mengambil keputusan pembelian, pelanggan memberikan perhatian khusus pada harga ketika memilih suatu produk. Oleh karena itu, salah satu faktor penelitiannya adalah harga yang signifikan dalam pengambilan keputusan. Ketika pelanggan mencari barang yang mereka butuhkan, harga barang tersebut selalu menjadi perhatian utama mereka (Akbar et al., 2023).

Pelayanan dapat berdampak pada keputusan pembelian selain kualitas produk dan harga. Tjiptono & Chandra berpendapat, kualitas pelayanan ditentukan oleh seberapa memuaskan harapan pelanggan. Penilaian pelanggan terhadap suatu pelayanan didasarkan pada seberapa baik pelanggan merasa pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek seperti kebugaran, daya tanggap, keamanan, empati, dan bukti nyata semuanya dapat digunakan untuk mengukur kualitas suatu pelayanan. Peningkatan kualitas pelayanan menyebabkan peningkatan keputusan pembelian secara signifikan (Sanjaya et al., 2022).

Pelayanan di *Bloods store* masih kurang baik, beberapa pelanggan mengeluh bahwa pelayanannya masih terlalu lama. *Bloods store* harus

mempertimbangkan strategi pelayanan sebagai faktor kunci untuk menarik perhatian pelanggan. Jika pelayanan *Bloods store* baik maka dapat menjadi salah satu faktor keputusan pembelian pelanggan, begitu pula sebaliknya (Akbar et al., 2023).

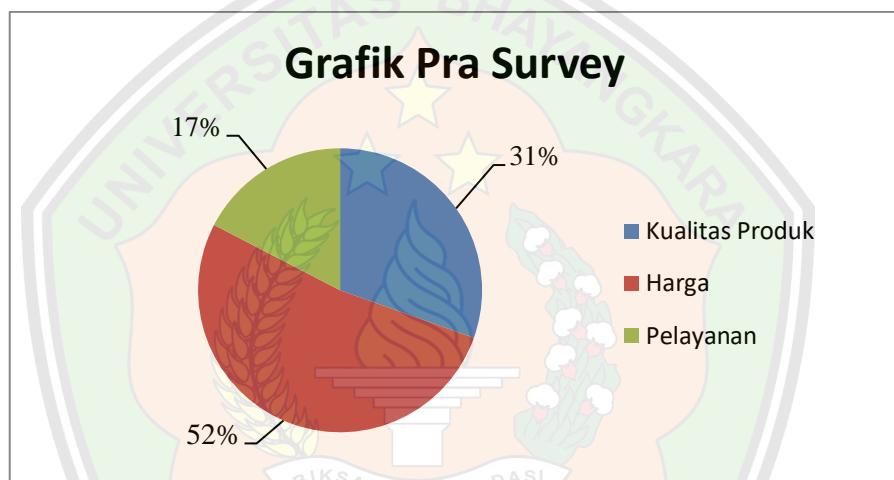
Proses pengambilan keputusan yang terlibat dalam pembelian merupakan salah satu perilaku yang rentan terhadap pengaruh psikologis pelanggan. Untuk mempengaruhi pilihan pelanggan, produsen harus mampu mengurangi berbagai masalah pada produk mereka. Hal ini agar pelanggan dapat memilih untuk membeli merek tersebut dengan cepat. Sejumlah faktor, termasuk pelayanan, harga, dan kualitas produk mungkin mempengaruhi keputusan pembelian (Akbar et al., 2023).

Distro bloods harus perhatikan faktor-faktor berikut yang mungkin mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli. Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan mungkin memiliki pengaruh besar. Hal ini dikarenakan keputusan pembelian seseorang tidak diambil dengan sendirinya, melainkan berdasarkan dorongan sebelumnya (Akbar et al., 2023).

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Kotler dan Armstrong berpendapat, menyediakan barang berkualitas tinggi merupakan cara yang sangat efektif untuk mendorong pelanggan membuat penilaian tentang apa yang akan dibeli, artinya perusahaan akan berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Tentu saja keinginan dan kebutuhan pelanggan menjadi faktor yang perlu mendapat perhatian lebih dibandingkan faktor lainnya, sehingga pada akhirnya

pelanggan dapat mempersepsikan produk dengan lebih baik. Kualitas produk merupakan hasil proses penilaian pelanggan secara komprehensif yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja produk (Sanjaya et al., 2022).

Pada pra survey kali ini terjadi fenomena dimana banyak masyarakat yang datang ke *Bloods store* Cikarang namun tidak membeli apapun. Banyak pelanggan yang mengeluhkan harga yang tidak sepadan dengan kualitas produk dan kurang baiknya pelayanan.



Gambar 1.2 Pra Survey Keputusan Pembelian terhadap *Bloods Store* Cikarang

Didapatkan data hasil pra survey dengan 25 responden yang dilaksanakan pada tanggal 23 Maret 2023 – 31 Maret 2023 dengan pertanyaan “Kenapa pelanggan tidak jadi membeli saat sudah datang ke toko?”. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa adanya fenomena harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk paling banyak yang membuat pelanggan tidak jadi membeli saat datang ke toko. Hal ini akan mempengaruhi keputusan pembelian yang semakin berkurang. Oleh sebab itu dapat menjadi perhatian bagi *Bloods store* Cikarang untuk meningkatkan kualitas produknya dari harga yang sesuai.

Hal ini mendukung pandangan Swastha dan Handoko yang berpendapat bahwa berbagai faktor, termasuk kualitas produk, harga, dan pelayanan dapat memengaruhi keputusan orang untuk membeli. Diantaranya adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan seperti kualitas produk, harga, dan pelayanan. Pelanggan tertarik pada produk premium dengan biaya terjangkau, dan mereka juga dipilih berdasarkan dukungan pelanggan yang unggul. Memenuhi keinginan pelanggan meningkatkan keputusan pembelian dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Tulloch & Utama, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ‘‘Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (Studi kasus pada *Bloods Store* Cikarang)’’.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang?
2. Apakah variabel Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang?
3. Apakah variabel Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang?
4. Apakah variabel Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel Harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang
3. Untuk mengetahui pengaruh variabel Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang
4. Untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada *Bloods Store* Cikarang

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan aspirasi untuk mencapai manfaat teoritis dan praktis, serta menjadi kontribusi ilmiah terutama dalam konteks pemasaran. Selain itu, peneliti berambisi agar hasil penelitian ini dapat memberikan dampak positif dengan memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan pada masyarakat umum mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian (Studi kasus pada *Bloods Store* Cikarang).
2. Dengan adanya penelitian ini, peneliti ini berkontribusi bagi akademisi selanjutnya, dalam bidang manajemen pemasaran. Sehingga, tulisan ini dapat menjadi landasan bagi penelitian di masa depan.

1.4.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi yang berkaitan dengan kualitas produk, harga, pelayanan, keputusan pembelian serta pemasaran. Sebagai salah satu pendekatan penerapan teori yang pernah diperoleh selama kuliah.

2. Bagi Peneliti Lain

Sebagai tambahan pengetahuan dan wawasan bagi pembaca maupun peneliti lain dan sebagai bahan perbandingan maupun bahan acuan dalam pembuatan penelitian selanjutnya.

3. Bagi Akademis

Diharapkan dapat memberikan tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bahan pertimbangan bagi peneliti-peneliti yang melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.

4. Bagi *Bloods Store* Cikarang

Dapat memberikan informasi bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan usaha, dengan cara meningkatkan kualitas produknya, memberikan harga yang terjangkau, dan memberikan pelayanan terbaik.

1.5. Sistematika Tugas Akhir

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika tugas akhir.

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini mencakup telaah teori dan telaah hasil peneltian terdahulu (Kajian empiris) yang berkaitan dengan masalah yang dibahas. Telaah pustaka merupakan sintesis dari kajian-kajain sebelumnya dengan permasalahan yang dihadapi, dan perumusan hipotesis atau asumsi sebagai hasil akhir dari kajian teoritis dan empiris.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan bagaimana penelitian akan dilaksanakan oleh peneliti. Metode penelitian menguraikan komponen-komponen yang terdiri atas desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, skala pengukurannya, metode analisis data, dan pengujian hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menguraikan tentang hasil penelitian yang berisi gambaran umum obyek penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data dan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebutkan dalam rumusan masalah.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang berisi intisari dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang sekiranya dapat dijadikan bahan pertimbangan dan kontribusi pemikiran.