

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi banyak produk dari Negara- negara lain yang meramaikan pasar di Indonesia, yang dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Hal ini mendorong banyak perusahaan-perusahaan untuk lebih berfikir ke depan guna menjalankan strategi yang terbaik bagi perusahaannya. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang akan pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang jauh lebih tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan produk, berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat di terima, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada produk lain atau pesaing.

Dewasa ini kebutuhan pelanggan sudah mengarah pada, kepercayaan merek dan kualitas produk yang selanjutnya akan menentukan pilihan- pilihan terhadap suatu produk atau jasa yang kemudian akan membuat pelanggan menjatuhkan pilihannya terhadap produk yang sesuai dengan apa yang diinginkannya. Pemasaran dengan sistem dan aktivitasnya mampu mengakrabkan konsumen dengan produk dan nama-nama merek perusahaan yang ditawarkan. Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa

penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan. Sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga sudah sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, kemudian konsumen akan memutuskan membeli produk tersebut dan akhirnya tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba akan tercapai.

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Walaupun muslim menjadi mayoritas, namun Indonesia bukan Negara yang berasaskan Islam. Sebagai wanita muslim tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian adalah cara mengenakan jilbab. Hal ini berpengaruh dengan semakin banyak wanita muslim yang menggunakan hijab, pemakaian hijab yang dulunya hanya untuk menutupi aurat, sekarang beralih menjadi *trend fashion* untuk tampil modis dan *trendy* namun tetap dalam syariat Islam. Hal ini dibuktikan dengan berkembangnya gaya berbusana wanita berhijab yang semakin bervariasi dan model berhijabnya pun beragam.

Melihat fenomena pada saat sekarang ini memberikan peluang bisnis baru di Indonesia, diantaranya bisnis busana muslim dan hijab yang saat ini semakin berkembang pesat sehingga muncul merek-merek baru seperti pakaian, banyaknya gerai yang khusus menjual hijab dan mudah ditemui. Hal ini menandakan banyaknya permintaan terhadap hijab. Kenyataannya semakin banyaknya wanita yang

mengenakan hijab pada dekade terakhir ini merupakan pemandangan umum yang menarik perhatian, fenomena ini muncul dengan seiring berkembangnya beragam jenis mode, bentuk dan jenis hijab yang unik dan menarik. Produksi hijab secara besar-besaran melahirkan banyak mode hijab sehingga munculah nama dan istilah hijab berdasarkan modelnya tersebut.

Khumay Hijab merupakan salah satu home industri yang bergerak di bidang produksi hijab atau kerudung. Khumay Hijab berdiri pada tahun 2014 dan berlokasi Jl. Raden Sahid, Rt 02/ Rw 03 Kadilangu, Kecamatan Demak, Kabupaten Demak, Propinsi Jawa Tengah, Kode Post 59517. Usaha rumahan ini sendiri lebih mengutamakan kualitas produk karena dengan kualitas yang baik maka konsumen pun akan merasa puas dengan produk tersebut, jenis-jenis produk hijab Khumay Hijab adalah kerudung jenis hijab syar'i, kerudung pashmina, dan segiempat.

Perusahaan-perusahaan pesaing yang sama menunjukkan tingkat persaingan dalam memperoleh pangsa pasar semakin ketat, membuat manajemen perusahaan harus bekerja keras mencari cara dan strategi untuk menemukan peluang terkecil sekalipun untuk mendapatkan pasar yang ada sekarang. Khumay Hijab mempunyai cara atau strategi pemasaran agar para konsumen mengetahui tentang perusahaan yaitu melakukan promosi dengan memasang iklan di media sosial contohnya WhatsApp, Instagram, Facebook, Shopee, dan kunjungan langsung pada stand setiap *event* yang ada di Demak.

Banyaknya usaha sejenis bergerak dibidang yang sama yaitu usaha rumahan dan *shop online*. Adapun pesaing usaha yaitu seperti Ayu Hijab, Alya Hijab shop

,Toko grosir Hijab Nasyira, Zoya Hijab, Rabbani Hijab, Mella Hijab dan lain- lain. Salah satu usaha rumahan dan *shop online* Hijab yang mempunyai banyak pengunjungnya adalah Khumay Hijab. Dari hasil *pra survey*, khumay Hijab memiliki tingkat peminat yang cukup tinggi. Kebanyakan dari mereka yang hanya untuk melihat-lihat dan Tanya-tanya, tapi pada akhirnya kebanyakan dari mereka membeli produk Khumay Hijab.

Tabel 1.1
Penjualan Produk Khumay Hijab Bulan Januari – Juli 2019 (Per Pcs) di Kabupaten Demak

No	Jenis Hijab	Bulan							Total
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	
1	Hijab Syar'i	59	60	63	66	69	72	75	464
2	Pashmina	51	55	59	60	63	66	70	424
3	Segiempat	70	73	75	81	84	86	88	557
Total		180	188	197	207	216	224	233	1.445

Sumber: *StoreKhumay Hijab*

Berdasarkan data diatas, menunjukkan bahwa penjualan hijab pada bulan januari- juli 2019 mengalami naik turun, penjualan hijab terendah pada bulan januari yaitu 180 pcs, sedangkan penjualan paling tertinggi pada bulan juli yaitu 233 pcs. Hal ini terjadi karena *trend fashion* hijab semakin berkembang dan banyaknya varian warna yang beraneka ragam.

Penjualan Jenis hijab terlaris bulan januari- juli 2019, urutan pertama yaitu segi empat sebesar 557 pcs, selanjutnya disusul hijab syar'i sebesar 464 pcs, dan yang terakhir yaitu pashmina sebesar 424 pcs. Hal ini menandakan bahwa para konsumen lebih banyak menyukai jenis hijab segi empat, karena hijab segi empat lebih praktis juga simpel saat di gunakan untuk berbagai keperluan seperti aktivitas sehari-hari, kuliah, bekerja, bahkan menghadiri acara formal. Tidak hanya itu motif, warnanya juga lebih beraneka ragam dan bahannya yang terasa nyaman saat di pakai seharian, mudah di tata dan tidak gampang lepek di kepala.

Sekarang ini penggunaan hijab dikalangan remaja telah mengalami perkembangan. Tidak hanya dikalangan remaja, namun ibu-ibu juga menggunakannya dalam beraktifitas apalagi mahasiswi atau pelajar. Penggunaan hijab sekarang ini bukanlah hal yang baru, hal ini dikarenakan sudah meningkatnya gaya hidup konsumen dalam *style fashion* sehari-hari, baik untuk bekerja, *hang out*, dan bisnis. Pada kenyataan, orang kebanyakan hal pertama yang mereka perhatikan adalah pada penampilan.

Persepsi konsumen terhadap kualitas produk juga akan membentuk preferensi dan sikap yang mempengaruhi keputusan untuk melakukan pembelian. Kualitas produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau dimplifikasikan (Kotler dan Amstrong, 2008).

Selain kualitas produk terdapat pula kepercayaan merek persepsi akan kehandalan dari sudut pandang konsumen didasarkan pada pengalaman, atau lebih

pada urutan-urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh diterpenuhinyaharapan akan kinerja produk dan kepuasan (Delgado, 2003), mendefinisikan kepercayaan merek sebagai suatu perasaan aman yang dimiliki konsumen akibat dari interaksinya dengan sebuah merek, yang berdasarkan persepsi bahwa merek tersebut dapat diandalkan dan bertanggung jawab atas kepentingan dan keselamatan dari konsumen.

Keputusan pembelian menentukan bentuk niat untuk melakukan pembelian dalam melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan memutuskan untuk membeli tentu ada faktor yang mempengaruhinya. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. (Sari and Gumanti 2017)

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan konsumen (Engel dkk, 2010). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Konteks kepuasan konsumen pada umumnya harapan yang merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, komentar teman dan kenalannya serta janji dari perusahaan tersebut.

Beberapa penelitian terdahulu terkait dengan keputusan pembelian sudah beberapa kali dilakukan. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Anwar & Satrio (2015) tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil berlawanan ditunjukkan Josiel dan Hendra (2015) berjudul “Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk, dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian

Hasil penelitian penelitian Oghazi, Karlsson, Hellström, & Hjort (2018) menunjukkan kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil berlawanan ditunjukkan oleh penelitian Kusumah (2015) menunjukan bahwa kepercayaan merek berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan peneliti tersebut ternyata masih terdapat beberapa hasil yang bertentangan (*Research gap*). Untuk mengatasi *research gap* tersebut maka perlu melakukan penelitian dengan judul, “ Model peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian (Studi pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :Bagaimana peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian.

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
2. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
4. Bagaimana pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
5. Bagaimana pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh keputusan pembelian terhadap kepuasan pelanggan pada Pelanggan Khumay Hijab di Kabupaten Demak

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Bagi pihak perusahaan mempelajari apa saja yang melatarbelakangi konsumen dalam pembelian tak terencana yang di lakukan oleh konsumen, baik itu dari sisi spontan, tanpa pertimbangan yang rasional, dan konsumen

merasa barang tersebut perlu dibeli.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan sebagai tambahan dalam daftar kepustakaan serta tambahan informasi khususnya mengenai model peningkatan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk, kepercayaan merek dan keputusan pembelian. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam persoalan berdasarkan teori yang telah diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan.

