

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa dekade ini, bidang *fashion* merupakan bidang yang sangat diminati dan berkembang sangat pesat. Bisnis produk *fashion* pun semakin hari semakin menjanjikan. *Fashion* sendiri diartikan sebagai gaya berpakaian, baik untuk kehidupan sehari-hari atau pun untuk acara-acara tertentu dengan tujuan menunjang penampilan. *Fashion* saat ini tidak hanya melingkupi kehidupan sehari-hari tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat.

Di Indonesia sendiri bisnis *fashion* terus berkembang dengan pesat. Pandemi yang tengah terjadi pun tidak menyurutkan industri *fashion* yang terus meningkat. Dari tahun ketahun *store-store* produk *fashion* terus bertambah. Walaupun penjualannya menurun tapi tidak menyurutkan semangat para wirausaha muda untuk terus berkecimpung dalam industri ini. Bisnis *fashion* dapat dikatakan memang bisnis yang menjanjikan. Dengan terus adanya inovasi dan *trend* dibidang inilah yang membuatnya tetap dapat bertahan.

Setiap orang yang penampilannya menarik serta enak dilihat lebih mempunyai percaya diri dibanding dengan orang yang penampilannya tidak menarik. Rasa percaya diri inilah yang mempengaruhi semangat dalam mengerjakan berbagai macam pekerjaan serta kegiatan. Salah satu penunjang penampilan kita adalah pakaian. Menggunakan pakaian dan berpenampilan menarik dapat memberikan daya tarik dan kepercayaan diri yang luar biasa. jika digabungkan dengan sifat sopan dan santun maka akan memunculkan aura yang menarik membuat orang merasa nyaman berada

disekitar. Selain itu berbelanja pakaian dikatakan juga dapat membuang stress. Oleh karena itu banyak orang yang menghabiskan waktu mereka untuk berbelanja hanya untuk sekedar menyenangkan diri.

Dunia bisnis merupakan faktor berkembangnya *trend fashion* di Indonesia. Mengingat dari banyaknya permintaan di pasar terkait dengan *trend fashion* yang sedang berkembang. Demi mendapatkan keuntungan, para penjual berlomba memanfaatkan *trend fashion* untuk menarik para pembeli. Dengan menambahkan imajinasi mereka dalam merancang busana, *trend fashion* akan dengan mudah berkembang luas.

Banyaknya permintaan pasar akan produk *fashion*, khususnya pakaian membuat banyak pula wirausaha di Indonesia yang memulai bisnis dalam bidang tersebut. Mulai dari menjual pakaian dengan kualitas premium, sampai pakaian dengan harga terjangkau yang kualitasnya juga bagus. Di Banjarmasin sendiri, toko-toko pakaian bisa dikatakan semakin menjamur. Dan masing-masing memiliki pangsa pasar tersendiri.

Ajwa Fashion, merupakan salah satu *fashion store* yang juga ikut bergelud dalam industri *fashion* di Banjarmasin. Dengan fokus pada menjual pakaian-pakaian anak muda yang sedang *trend*. Pakaian yang dijual merupakan produk pakaian dengan kualitas premium. Bahan yang nyaman digunakan, item yang beragam dan harga yang standar merupakan keunggulan mereka. Persaingan bisnis dalam lingkup *fashion* tidak dapat dihindari, oleh karena itu para wirausaha harus memiliki strategi yang baik untuk dapat terus menarik konsumen dan mempertahankannya.

Produk yang berkualitas tentu akan diminati oleh konsumen. Akan tetapi harga yang ditawarkan pun harus sesuai dengan produk yang mereka dapatkan. Bagi

konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk atau jasa, mereka akan menentukan beberapa faktor. Kotler dan Keller (2014:184) mengatakan, keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya. Semakin suatu produk memenuhi tingkat kebutuhan dan keinginan konsumen, maka tingkat pembeliannya juga akan semakin besar. Dalam kaitannya dengan penelitian ini, semakin suatu produk memenuhi apa yang diinginkan konsumen, seperti kualitas yang baik, dari segi bahan atau nyaman dipakai, lalu dari segi harga, harga yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Maka akan semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kotler dan Keller (2014:164), menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan konsumen. Kualitas merupakan faktor penting dalam menentukan pembelian suatu produk. Jika suatu produk telah dipercaya kualitasnya, maka konsumen tidak akan segan untuk melakukan pembelian. Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi pula kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan menghasilkan produk dengan kualitas terbaik maka akan terus mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini, *Ajwa Fashion*, memilih untuk menawarkan pakaian dengan kualitas premium. Bahan yang baik akan membuat konsumen nyaman menggunakan pakaian tersebut. Dan akan terus melakukan pembelian dimasa depan.

Selain dari segi kualitas, konsumen biasanya juga memperhatikan harga sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Penetapan harga merupakan pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang

berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap harga pesaing (Tjiptono, 2014:320). Penetapan harga merupakan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menetapkan harga untuk produk tertentu, dan untuk jangka waktu tertentu. Harga yang ditawarkan kepada konsumen harus sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Harga yang terlalu mahal akan tetapi tidak sesuai dengan kualitas maka akan mengurangi minat konsumen untuk melakukan pembelian. Pakaian dengan bahan bagus, dan premium, maka akan berharga lebih tinggi. *Ajwa Fashion*, memberikan harga terbaik untuk konsumennya. Harga yang diberikan untuk produk-produk mereka cukup standar dan mampu bersaing di pasar. Selain itu pastinya sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.

Untuk dapat lebih menarik konsumen agar melakukan pembelian, maka strategi promosi juga harus ditingkatkan. Promosi adalah berbagai kumpulan alat-alat insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang (Kotler dan Keller, 2014:266). Promosi adalah berbagai cara untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung tentang suatu produk atau brand yang dijual (Kotler dan Keller, 2014:510). Promosi yang menarik serta lengkap, akan lebih diminati, dan konsumen juga mendapatkan informasi tentang bagaimana produk yang akan mereka beli nanti. Menurut Buchari (2004, dalam Galang 6:2021) tujuan promosi terhadap penjualan adalah menarik pembeli, memberi hadiah atau penghargaan pada konsumen atau pelanggan lama, meningkatkan daya pembelian ulang dari konsumen lama, menghindari konsumen lari ke merek lain, mempopulerkan merek dan meningkatkan loyalitas, meningkatkan volume penjualan jangka pendek dalam rangka memperluas

“*Market Share*” jangka panjang. Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini setidaknya memudahkan para pelaku bisnis *fashion* untuk meningkatkan frekuensi promosi. Kegiatan promosi produk diantaranya dapat dilakukan melalui sosial media, potongan harga, dan *personal selling*.

Perilaku konsumen yang memutuskan untuk memilih *Ajwa Fashion* sebagai sarana mereka melakukan pembelian pakaian menarik untuk diulas. Oleh karena itu penelitian kali ini akan menggunakan variabel kualitas produk, harga, dan promosi sebagai pendukung untuk memahami perilaku dari konsumen *Ajwa Fashion* dalam melakukan pembelian. Dan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka akan di ambil judul penelitian “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian pada *Ajwa Fashion* Banjarmasin**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di *Ajwa Fashion* Banjarmasin?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di *Ajwa Fashion* Banjarmasin?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di *Ajwa Fashion* Banjarmasin?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk pakaian di *Ajwa Fashion* Banjarmasin?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Ajwa *Fashion* Banjarmasin.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Ajwa *Fashion* Banjarmasin.
3. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Ajwa *Fashion* Banjarmasin.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pakaian di Ajwa *Fashion* Banjarmasin.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan para pelaku bisnis, khususnya dalam menentukan strategi bisnis agar dapat menarik lebih banyak konsumen.

b. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan memperluas pengetahuan dan menjadi sumber referensi serta acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya dengan teori-teori yang berkaitan tentang perilaku konsumen.