

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan bisnis dari waktu ke waktu semakin berkembang pesat. Banyaknya variasi dan inovasi produk produk yang beredar dipasar menambah ketat persaingan yang terjadi antar perusahaan baik perusahaan berskala kecil, menengah dan besar. Persaingan yang terjadi sekarang ini juga tidak lain karena telah banyaknya produk baru yang bermunculan dengan banyak variasi dan inovasi yang disuguhkan oleh produk tersebut. Dengan banyaknya pesaing-pesaing baru yang muncul membuat perusahaan harus memutar otak agar produk yang dihasilkan tetap diinginkan dipasar. Pangsa pasar pada dewasa ini kian sulit untuk ditebak, banyak pertimbangan yang harus diputuskan konsumen dalam membeli produk ini juga merupakan salah satu dampak dari kemajuan teknologi yang kian hari kian berkembang pesat, tidak terkecualikan juga dalam bidang fashion yang semakin beraneka ragam model dan gaya kekiniannya.

Dengan berkembangnya trend kekinian dalam dunia fashion hal ini tentunya juga mempengaruhi trend modern dalam dunia *fashion distribution store*. Trend (*Trend*) adalah arah atau urutan kejadian yang mempunyai momentum dan durabilitas. Trend mengungkap bentuk masa depan dan memberikan banyak peluang (Kotler dan Keller, 2009: 79). Konsumen cenderung lebih konsumtif karena adanya trend kekinian dan rasa gengsi yang tinggi pula membuat konsumen lebih selektif dalam melakukan pembelian pada suatu produk apalagi jika sudah menyangkut dengan gaya dalam berpakaian tentunya konsumen akan lebih selektif dalam gaya berpakaian kekinian agar tidak dibilang ketinggalan zaman. Hal ini tentunya membuat kalangan distro akan lebih

memutar otak agar produk yang dijualnya tetap diminati konsumen dan tetap mempertahankan kesetiaan konsumennya. Untuk dapat mempertahankan hal tersebut distro harus memiliki sumber daya yang berkualitas dan memunculkan inovasi baru agar konsumen tidak jenuh dengan produk yang ditawarkan. Untuk tetap memenangkan persaingan, masing-masing perusahaan akan memperkenalkan kualitas produk yang baik dengan desain-desain yang menarik dan bervariasi agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian yang akan berujung dengan kepuasan dan terdorong untuk melakukan aksi pembelian ulang terhadap produk tersebut. Dengan kualitas yang baik dan terpercaya maka produk tersebut akan senantiasa tertanam dalam benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar untuk membeli produk dengan tingkat kualitas dan desain yang sesuai dengan harapan konsumen. *Distribution Store* (Distro) merupakan tempat penjualan produk fashion yang mempunyai karakter berbeda dengan pasar, apalagi setiap merek distro satu dengan yang lainnya juga memiliki ciri khas dan perbedaan yang menjadi pembeda serta gaya tersendiri.

Persaingan yang ketat dalam dunia fashion membuat para *distribution store* berlomba-lomba mempertahankan pangsa pasarnya serta mempengaruhi konsumen lain agar menggunakan produk yang ditawarkannya. Dunia fashion *distribution store* tentunya tidak kalah untuk unjuk kemampuan mempertahankan dan mempengaruhi konsumennya. *Distribution store* mempunyai ciri khas, keunikan pada desain produk yang ditawarkan, jumlah produk yang diproduksi dalam jumlah terbatas, berbahan katun, serta logo yang unik. Untuk tetap dapat mempertahankan pasar distro akan terus memperbarui dan meningkatkan kualitas dalam segi sumber daya manusia, produk, promosi dan desain produk

itu adalah sasaran yang utama dalam sebuah pertahanan konsumen yang akan dilakukan.

Keberhasilan dalam menerapkan strategi pemasaran membawa pengaruh besar terhadap minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan untuk melakukan transaksi pembelian, setelah melakukan pembelian produk maka akan timbul perilaku konsumen yaitu tentang pengalaman menggunakan produk tersebut. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidak tergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan dan sebagainya) (Dharmestha dan Handoko, 2012 : 49 ).

Dengan kemajuan teknologi seperti pada saat ini tentunya membawa banyak sekali pengaruh dan dampak, khususnya pada pola hidup konsumen. Perubahan pola hidup konsumen dari zaman yang semakin maju dan berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi yang membawa pengaruh besar pada kebutuhan hidup yang semakin beraneka ragam. Perubahan perilaku konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup yang semakin bervariasi sangat berimbas pada perusahaan yang memproduksi barang ataupun jasa. Perusahaan harus bisa menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk dapat mengimbangi perubahan perilaku konsumen dan memenangkan persaingan. Perilaku pembelian merupakan sesuatu yang unik karena sikap terhadap obyek setiap orang berbeda. Agar suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar perusahaan harus mengetahui keadaan pasar dan konsumennya.

Konsumen umumnya lebih memilih produk dengan atribut-atribut yang baik, contoh yang paling penting dalam atribut kaos atau produk distro lebih kepada desain gambar yang menarik serta kualitas produk yang terpecaya dan

baik. Dapat dilihat dengan jelas bahwa pertumbuhan yang pesat dan bertambahnya distro di Jombang membuat persaingan dalam bidang ini semakin panas, biarpun setiap distro yang ada mempunyai karakter dan ciri khas yang berbeda tetap saja persaingan tetap ada. Dilihat dari segi sudut pandang konsumen bahwa jika melihat atau membeli produk pada distro hal pertama yang terkenang adalah mengenai corak atau gambar desain produk tersebut, apakah desain tersebut menarik dan tahan lama serta hal kedua yang paling utama dan tidak kalah pentingnya adalah mengenai kualitas produk yang disajikan.

Distro Assfak Assyuhada merupakan sebuah distro Jombang yang terdiri dari dua tema yang berada dalam satu toko. Assfak Assyuhada Store menggabungkan dua tema sekaligus yaitu Assfak dan Assyuhada, Assfak bertemakan *general brand* atau lebih pada gaya *casual* (santai) sedangkan Assyuhada bertemakan *moslem brand* atau membawa pesan moral religi tentang dunia santri. Assfak Assyuhada menawarkan produk dengan ciri khas utamanya adalah menonjolkan keunikan desain yang ditawarkannya, hal ini membuat distro Assfak Assyuhada mempunyai ciri khas tersendiri dari distro yang berada di wilayah Jombang. Seperti distro pada umumnya yang tidak hanya menawarkan kaos dan kemeja saja tetapi juga menawarkan produk lainnya seperti gantungan kunci, stiker, tas, topi, jaket, sweater. Untuk harga sekalipun distro Assfak Assyuhada juga bisa dikatakan distro dengan harga pasar umum pada *fashion distribution store*. Berdasarkan permasalahan yang ada terhadap persaingan dalam dunia fashion antar distro membuat distro Assfak Assyuhada terus memperbaiki dan berinovasi dalam kualitas produk serta memberikan variasi dalam desain gambar produknya. Dalam persaingan yang dihadapi distro Assfak Assyuhada mengalami keadaan yang tidak pasti, bahkan penjualan pada bulan Oktober

2018 mengalami penurunan. Hal ini dapat ditunjukkan pada data penjualan di Distro Assfak Assyuhada dari bulan Mei – Oktober 2018 pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1.**  
**Data Penjualan Distro Assfak Assyuhada Bulan Mei 2018 – Oktober 2018**

| No | Bulan / Tahun  | Penjualan      |
|----|----------------|----------------|
| 1. | Mei 2018       | Rp. 20.332.000 |
| 2. | Juni 2018      | Rp. 25.785.000 |
| 3. | Juli 2018      | Rp. 21.685.000 |
| 4. | Agustus 2018   | Rp. 44.532.000 |
| 5. | September 2018 | Rp. 32.004.000 |
| 6. | Oktober 2018   | Rp. 20.094.000 |

*Sumber : Assfak Assyuhada 2018*

Berdasarkan Tabel 1.1. diatas, menunjukkan bahwa penjualan mengalami penurunan dari dua bulan terakhir. Penurunan tersebut tidak lain berkaitan dengan keputusan pembelian terhadap produk di toko tersebut. Hal ini dapat kita lihat dari data transaksi yang semakin menurun.

**Tabel 1.2.**  
**Data Transaksi Assfak Assyuhada dari bulan Mei 2018 – Oktober 2018**

| No. | Bulan/ Tahun   | Jumlah Transaksi |
|-----|----------------|------------------|
| 1.  | Mei 2018       | 138              |
| 2.  | Juni 2018      | 175              |
| 3.  | Juli 2018      | 150              |
| 4.  | Agustus 2018   | 330              |
| 5.  | September 2018 | 213              |
| 6.  | Oktober 2018   | 116              |

*Sumber : Assfak Assyuhada 2018*

Berdasarkan tabel data transaksi diatas menunjukkan bahwa penurunan yang terjadi sangat tajam, dapat dijelaskan bahwa transaksi pada bulan mei yaitu 138 transaksi, pada bulan juni naik menjadi 175 transaksi, bulan juli mengalami penurunan yaitu 150 transaksi, bulan agustus meningkat drastis menjadi 330 transaksi, bulan september menurun sebesar 213 transaksi serta bulan oktober mengalami penurunan drastis yaitu 116 transaksi saja. Penurunan transaksi ini juga berkaitan dengan keputusan pembelian produk tersebut. Konsumen dalam

mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap harga, produk, promosi, dan lokasi (*marketing mix*) yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini (Kotler dan Keller, 2009).

Pada ketatnya persaingan dalam dunia *distribution store*, hal yang sensitif dengan keputusan pembelian konsumen adalah tidak lain dari faktor kualitas produk yang ditawarkan serta desain produk yang menarik, bervariasi serta mengikuti trend. Karena banyaknya persaingan yang bergerak dibidang yang sama hal ini membuat Assfak Assyuhada harus tetap mempunyai inovasi dan kreatifitas sendiri dalam desain produk yang ditawarkannya serta menjamin kualitas produknya. Berdasarkan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Lokal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Distro Assfak Assyuhada Store Jombang”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Dengan berkembangnya dunia fashion yang sangar pesat seperti sekarang ini, membuat distro mempunyai peluang pasar yang lebih besar dari tahun ke tahunnya. Setiap distro mempunyai keunikan dan ciri khas tersendiri antara distro satu dengan yang lain, yang paling ditonjolkan dari distro adalah pada desain gambar yang bervariasi menarik dan kualitas produk yang berbeda-beda serta produksi setiap produk terbatas (*limited*). Dari pembahasan tersebut muncul beberapa permasalahan :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lokal distro di Assfak Assyuhada Store?

2. Apakah desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk lokal distro di Assfak Assyuhada Store?
3. Variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk lokal distro di Assfak Assyuhada Store?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada distro Assfak Assyuhada Store.
2. Untuk mengetahui apakah Desain Gambar berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada distro Assfak Assyuhada Store.
3. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada distro Assfak Assyuhada Store.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna dalam pengaplikasian teori-teori yang diperoleh selama penulis berada di bangku perkuliahan ke pengaplikasian di lapangan. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang yang sama dengan penelitian yang diambil penulis.

#### **2. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumber literatur dan sumber referensi informasi mengenai penelitian dengan bahasan yang sama mengenai pengaruh kualitas produk dan desain gambar terhadap keputusan pembelian.

### 3. Bagi Pemasar

Penelitian ini diharapkan bermanfaat dan berguna bagi pemasar Distro dalam menciptakan keputusan pembelian, serta penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dan masukan dalam bidangnya.