

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Industri fashion di era modern ini mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang begitu signifikan membuat fashion menjadi salah satu penggerak perekonomian tingkat nasional maupun internasional. Begitu banyak trend fashion dengan berbagai model yang sangat unik termasuk fashion muslim saat ini. Industri fashion muslim juga tidak kalah unggul kualitasnya dengan menampilkan busana yang memiliki ciri khas model yang menutup aurat memberikan aura tersendiri. Hal tersebut membuat pasar fashion mengalami persaingan yang membuat sesama para pelaku bisnis menjual produk yang sedang viral dan diincar oleh para peminatnya. Saat ini yang tidak kalah penting yaitu konsumen yang senang membeli sebuah kebutuhan produk seperti pakaian dengan harga yang cukup tinggi nilainya, meskipun harga produk yang tinggi bagi mereka sudah menjadi hal yang wajar. Bagi mereka yang selalu memprioritaskan penampilan membeli kebutuhan pakaian sangatlah penting meski dengan harga yang cukup tinggi tidak menjadi masalah asalkan mereka mendapatkan kualitas produk yang sangat baik dan mampu memberikan kepuasan tersendiri setelah membelinya. Fenomena seperti ini menimbulkan begitu banyak persaingan pada industri fashion, tidak sedikit dari sebagian banyaknya pelaku usaha melakukan berbagai strategi bisnis untuk menarik minat pembelian konsumen dan meningkatkan volume penjualannya.

Strategi - strategi yang dilakukan memiliki pengaruh yang signifikan bagi para pelaku usaha, mulai dari penggunaan social media untuk promosi produk, pengadaan diskon, dan lain - lain. Variasi produk yang tersedia juga menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian konsumen baru untuk datang

membeli. Tujuan tersebut dilakukan oleh pelaku usaha untuk mencari target konsumen baru dan mempertahankan konsumen tetap. Tidak berhenti disitu saja para pelaku usaha melakukan langkah yang juga penting untuk dilakukan yaitu menarik perhatian konsumen dengan memberikan evaluasi dan saran kepada konsumen saat akan membeli produk. Dengan pendekatan seperti itu akan membuat konsumen merasa nyaman dan senang ketika datang untuk membeli produk. Hal ini menjadi salah satu nilai baik bagi para pelaku usaha karena dapat membantu para konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan proses pemilihan dan penilaian terhadap barang atau jasa yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya melakukan transaksi dan membeli produk tersebut. Keputusan pembelian melibatkan pemikiran, keinginan, dan kebutuhan konsumen dalam mengambil keputusan saat akan membeli suatu produk. Sederhananya keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang menentukan pilihan untuk membeli suatu produk atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai pilihan yang ada. Beberapa faktor - faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk dan harga.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk, baik barang atau jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, baik yang diungkapkan secara *eksplisit* maupun *implisit*. Kualitas ini mencakup beberapa aspek seperti daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, kepatuhan terhadap spesifikasi, dan atribut tambahan lainnya yang memberikan nilai tambah bagi konsumen. kualitas produk menjadi salah satu elemen penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan mempertahankan daya saing di pasar.

Selain dari kualitas produk ada pula faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga. Harga yang menjadi sebuah

pertimbangan bagi para pelaku usaha untuk menetapkan sebuah biaya yang akan dibebankan kepada konsumen saat membeli barang nanti. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan elemen kunci bauran pemasaran karena harga suatu perusahaan berhubungan langsung dengan pendapatan dan laba. Dari harga ini, konsumen memperoleh hak untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor terpenting dalam pemasaran produk dan keputusan pembelian konsumen.

Kualitas produk dan harga kedua hal ini sangat penting untuk memperkuat pertimbangan konsumen dalam menentukan produk mana yang akan dibeli. Dengan mempertimbangkan kualitas produk dan harga konsumen dapat mengetahui mana produk yang berkualitas dan mana yang belum memenuhi standar kualitas konsumen. Sehingga konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut atau tidak. Secara singkat kualitas produk dan harga keduanya menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian merupakan proses pemilihan dan penilaian terhadap barang atau jasa yang dilakukan oleh konsumen sebelum akhirnya melakukan transaksi dan membeli produk tersebut. Keputusan pembelian melibatkan pemikiran, keinginan, dan kebutuhan konsumen dalam mengambil keputusan saat akan membeli suatu produk. Sederhananya keputusan pembelian adalah proses dimana seseorang menentukan pilihan untuk membeli suatu produk atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai pilihan yang ada.

Setiap pelaku usaha memiliki ciri khasnya dalam menjual produk yang mereka pasarkan. Tak jarang dari pelaku usaha melihat apa yang saat ini tengah diincar dan diminati diantara para konsumen. Fenomena ini yang digunakan pelaku usaha untuk menjual produk tersebut. Namun produk serupa tidak selalu memiliki harga yang sama pula, banyak pelaku usaha menjual produk yang serupa namun dengan kualitas dan harga yang berbeda - beda. Adapun pelaku usaha yang tetap mempertahankan kualitas produk yang baik dan unggul meskipun harus menjual produk tersebut dengan selisih harga

yang jauh lebih tinggi dari pada harus menjual produk dengan harga terjangkau namun dengan kualitas produk yang kurang atau biasa saja. Kondisi seperti ini akan menjadi sebuah persaingan bisnis yang berada diantara para pelaku bisnis yang aktif dan memiliki ambisi besar.

Toko umma jilbab merupakan sebuah toko busana muslim yang beralamat di sidoharjo, kecamatan pringsewu, kabupaten pringsewu, provinsi lampung. Toko ini sudah bergerak menjual produk busana muslim selama kurang lebih 15 tahun lamanya. Sebagai pelaku usaha yang sudah lama bergerak dalam menjual produk fashion muslim menjadi salah satu toko yang memiliki ciri khas sendiri. Toko tersebut selalu mendengarkan keinginan dan keluhan konsumen. Salah satunya menyediakan dan menjual produk yang sering dicari dan sering ditanyakan oleh para konsumen. Bukan hanya menjual apa yang diinginkan oleh kosumen saja tanpa mementingkan kualitas produk, tetapi produk sudah dipastikan kualitasnya sesuai keinginan konsumen dengan kualitas produk dan harga yang memuaskan sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan. Meskipun bersaing dengan toko ataupun pelaku usaha yang lain toko ini tetap menjadi opsi pilihan para konsumen sekitar bahkan bisa menjangkau pasarnya hingga keluar kota dengan memanfaatkan sosial media yang tersedia. Setiap produk yang dijual dan ditawarkan oleh toko umma jilbab pringsewu sudah terjamin kualitas produknya jadi konsumen ttidak perlu khawatir jika akan merasa kurang puas ataupun kecewa setelah membeli produk dari toko tersebut.

Berdasarkan pada fenomena yang terjadi terkait hubungan kualitas produk dan harga dengan keputusan pembelian yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Satdiah et al., 2023) yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’lucent Paint”. Dari hasil penelitian diperoleh Kesimpulan:

Berdasarkan pada hasil penelitian, didapatkan beberapa kesimpulan seperti: harga produk tidak memiliki pengaruh pada keputusan pembelian ditoko cat De’lucent Paint namun kualitas produk

mempunyai pengaruh pada keputusan pembelian ditoko cat De'lucent Paint. Selain itu, ketika dilihat secara bersamaan, harga dan kualitas produk secara simultan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sesuai dengan uji koefisien determinan bahwa variabel harga beserta kualitas produk dapat memberi pengaruh variabel keputusan pembelian sebesar 96% sisanya 4% diakibatkan atas faktor lainnya yang tidak dianalisa peneliti.

Penelitian yang dilakukan oleh (Noviyanti & Rosalina, 2022) berjudul “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Pleximo penjual sepatu di Kota Tangerang”. Dari penelitian tersebut menyatakan Kesimpulan bahwa:

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil dari uji parsial variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan dan memiliki arah yang positif terhadap keputusan pembelian yang artinya kualitas produk sangat berperan dalam meningkatkan penjualan sepatu di UD Pleximo Kota Tangerang dan variabel harga berpengaruh secara signifikan dan berarah positif terhadap keputusan pembelian yang artinya harga yang ditawarkan UD Pleximo sangat berperan dalam menarik pelanggan untuk berbelanja sepatu di UD Pleximo Kota Tangerang. Dengan demikian hasil dari uji simultan menunjukkan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dan memiliki arah yang positif secara simultan terhadap keputusan pembelian yang artinya kualitas produk dan harga yang ditawarkan UD Pleximo Kota Tangerang sangat berperan dalam menarik konsumen untuk berbelanja sepatu di UD Pleximo Kota Tangerang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anhary Sulaiman & Marbun Sulistiana, 2024) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sayuran Hidroponik Lembur Hejo Sukaraja Kabupaten Bogor”. Diperoleh Kesimpulan bahwa:

1. Kualitas Produk (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo, seperti yang terlihat dari hasil uji t dengan angka thitung 13,933

$> t_{\text{tabel}} 1,987$ atau angka Sig $0,001 < 0,1$. Perihal tersebut diartikan bahwasannya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan keputusan pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo.

2. Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo, seperti yang terlihat dari hasil uji t dengan nilai thitung $18,274 > t_{\text{tabel}} 1,987$ atau nilai Sig $0,001 < 0,1$. Perihal tersebut dimaksudkan bahwasannya, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo.

3. Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo. Perihal tersebut terlihat dari hasil uji F dengan nilai Fhitung $183,691 > F_{\text{tabel}} 3,10$ atau nilai Sig $0,001 < 0,1$. Artinya, terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk (X1), harga (X2), dan keputusan pembelian (Y) di Hidroponik Lembur Hejo.

Berdasarkan kesimpulan ketiga penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka pengaruh ketiga variabel tersebut juga terjadi pada toko umma jilbab pringsewu. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Umma Jilbab Pringsewu Tahun 2025”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Konsumen pada toko umma jilbab pringsewu?

2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu.

D. Ruang Lingkup Penelitian

1. Obyek penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

2. Subyek penelitin

Subyek dalam penelitian ini adalah para konsumen toko Umma Jilbab Pringsewu.

3. Tempat penelitian

Penelitian di laksanakan di toko Umma Jilbab Pringsewu pekon Sidoharjo Kec. Pringsewu Kab. Pringsewu.

4. Waktu penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 3 (empat) bulan dimulai bulan Januari.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, menjadi sumber informasi sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang serupa mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada suatu perusahaan atau usaha.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan atau masukan kepada pemilik toko umma jilbab pringsewu dan dijadikan sumber informasi kepada peneliti lain yang ingin memperdalam topik tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko umma jilbab pringsewu.