

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Industri fashion di dunia saat ini sedang berkembang sangat pesat, tidak hanya di dalam negeri, desainer fashion indonesia juga sudah mulai menambah pasar internasional. Secara umum industri fashion juga dinilai telah mampu menciptakan lapangan kerja yang sangat tinggi dari total harga kerja yang tercipta dari ekonomi kreatif.

Indonesia juga merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama islam, menurut sensus penduduk pada tahun 2010 sekitar 80% penduduk yang mayoritas beragama islam tersebut membuat para penganutnya mengharuskan dirinya menggunakan busana muslim dikarenakan dalam islam diwajibkan bagi perempuan maupun laki-laki untuk menutup auratnya. Sebagai wanita muslim tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama. Salah satu hal yang sering menjadi pusat perhatian adalah cara mengenakan hijab. Hal ini berpengaruh dengan semakin banyak wanita muslim menggunakan hijab.

Trend busana muslim di Indonesia berkembang secara bersaing. Setiap hari, trend busana muslim semakin melonjak begitu pesat, membangun keinginan masyarakat pecinta fashion muslim. Trend busana muslim makin terlihat semarak dan fleksibel dalam penggunaannya. Tidak hanya dipakai saat lebaran tiba, tetapi juga dipakai untuk beraktivitas sehari-hari. Perkembangan ini menggambarkan adanya adaptasi ide kreatif para desainer busana muslim terhadap kualitas produk dan kebutuhan konsumen. Sekitar beberapa tahun lalu, trend hijab di Indonesia cenderung monoton dan gaya pemakaiannya pun tidak beragam seperti saat ini. Namun sekitar dua tahun belakangan ini trend hijab mulai berkembang pesat,

dan mampu membuka peluang bisnis baru dengan berjualan busana muslim. Banyak desainer khusus busana muslim bermunculan, baik yang sudah senior maupun masih baru. Hal ini juga diikuti oleh munculnya beragam brand busana muslim. Salah satu nama desainer yang tergolong baru adalah Elidawati, ia sekaligus berperan sebagai pemilik brand Elzatta Hijab.

Di toko baju muslim ini memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melihat-lihat segala produk yang di sediakan. Dari segi Brand image, Harga dan Kualitas produk yang tergolong bagus. Salah satunya yaitu Toko baju Muslim Elzatta Ponorogo City Center (PCC). Toko baju muslim Elzatta PCC ini merupakan toko baju yang bergerak dibidang fashion yang terletak di Jl.Ir H Juanda No.25 Ponorogo. Toko baju Muslim ini banyak diminati oleh semua kalangan terutama kalangan menengah keatas, karena brand yang cukup terkenal membuat para konsumen mempercayai kualitas dari produk tersebut, bukan hanya sekedar pakaian muslim saja yang dijual di toko Elzatta tersebut tetapi juga ada berbagai aksesoris, mukenah, handuk dan berbagai bentuk model hijab.Brand-brand dari jenis produk ini tidak hanya bersaing dalam bentuk model, tetapi juga dari kualitas produk, harga dan desainya yang senantiasa mengikuti trend. Jadi bagi para pemakai hijab tidak perlu khawatir untuk membeli produk yang berkualitas dan kekinian, ditempat ini sudah menyediakan dengan berbagai jenis model dan kualitas yang modern. Brend Elzatta ini sudah termasuk brend yang dikenal masyarakat luas, jadi semua orang pasti sudah menegtahui akan brend Elzatta tersebut.

Sekarang ini banyak calon konsumen yang pandai memilih toko fashion hijab dengan melihat berbagai brand yang ada didalam toko tersebut. Konsumen akan merasa puas apabila brand yang di jualnya itu adalah brand yang bagus dan memiliki kualitas yang bagus pula.Toko baju yang memilikii brand fashion yang tinggi jadi akan banyak mendatangkan

konsumen, sehingga konsumen akan mencoba melakukan pembelian terhadap produk tersebut.

Dengan semakin pesatnya industri fashion di Indonesia, sehingga perusahaan harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usaha yang dijalankannya dapat bertahan dalam persaingan. Menurut Kotler dan Keller (2009:406) citra merek (Brand Image) adalah sejumlah keyakinan, ide dan kesan yang dipegang oleh seseorang tentang sebuah objek. Selain Brand image, harga juga berpengaruh pada kualitas produk, apabila harga yang tertera di produk Elzatta itu tinggi maka produk tersebut memiliki kualitas yang bagus. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen agar bermanfaat dan memiliki guna untuk menggunakan suatu barang atau jasa.

Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasikan harga dengan nilai. Harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Meskipun harga yang dijual lumayan tinggi tapi dengan kualitas dan brand nya yang bagus tidak menjadikan konsumen menyesal apabila membeli produk Elzatta tersebut. Kualitas produk merupakan cara untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk lain. Karena konsumen sekarang ini ingin mendapatkan kepuasan

bukan hanya sekedar brand dan harga tetapi juga kualitas yang bagus pula, konsumen akan merasa lebih puas dan akan melakukan pembelian ulang ditempat tersebut. Kualitas produk sangat penting dalam proses kepuasan pelanggan karena kualitas yang memuaskan akan berdampak terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas adalah sifat pribadi dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten.

Konsumen akan melakukan penilaian terhadap kinerja suatu produk, hal ini dapat dilihat dari kemampuan menciptakan kualitas produk dengan segala spesifikasinya sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk Elzatta tersebut, dan apabila konsumen tersebut merasa puas akan kualitas produknya maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang dan setia menjadi pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2009:138-139) kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk yang diharapkannya.

Pada era modern sekarang ini banyak kaum hawa yang senang akan trend hijab, tetapi dikalangan masyarakat trend hijab yang sering dikenakan lebih mengarah ke produk Elzatta, padahal ditoko lain banyak yang menjual dengan harga yang lebih murah dibandingkan produk Elzatta, padahal brand Elzatta tersebut termasuk produk yang menjual dengan harga yang relatif tinggi, tetapi masyarakat lebih setia terhadap produk Elzatta, apakah karena brand dan kualitas produk tersebut membuat konsumen lebih mempercayai produk Elzatta dari pada produk lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas bagaimana produk Elzatta dapat terus mempertahankan kualitas produknya agar konsumen selalu setia dan tetap menjadi pelanggan di toko Elzatta tersebut.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengambil judul, **“Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Prodyk terhadap Kepuasan Pelanggan pada toko baju muslim “Elzatta” Ponorogo City Center.**

1.2.Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang diatas dapat dirumuskan masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center?
3. Apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center?
4. Apakah Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center?

1.3.Tujuan dan Manfaat penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah Brand Image berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center.

2. Mengetahui apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center.
3. Mengetahui apakah Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center.
4. Mengetahui apakah Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada toko baju muslim Elzatta Ponoroo City Center.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan sertamenarik minat beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

2. Bagi peneliti

Bagi peneliti penelitian ini merupakan suatu sarana latihan kemampuan ilmiah mahasiswa, sekaligus sebagai satu harapan ilmu pengetahuan yang diterima dibangku kuliah dan kemudian diaktualisasikan dalam kegiatan dilapangan termasuk dalam penelitian dan penyusunan laporan penelitian.

3. Bagi Universitas

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau menambah pembendaraan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar pustaka di kampus. Sekaligus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam pembahasan yang sama.

4. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan kepuasan pelanggan.

