

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Semakin berkembangnya zaman, fashion di Indonesia memiliki banyak perkembangan. Perkembangan yang begitu melesat mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini membawa masyarakat menjadi lebih selektif dalam hal menentukan gaya hidupnya. Penampilan dan gaya menjadi bagian dari Fashion. Menurut Breward dalam Hines and Brunce (2003:1690) menjelaskan fashion sebagai saluran penting untuk ekspresi identitas sosial, politik ide dan rasa estetika. Fashion bisa menjadi etalase kecil tentang diri seseorang bagi orang lain. Fashion merupakan hal yang menyangkut tentang style ataupun kepribadian seseorang, cara mereka berpenampilan, bergaya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu fashion yang dikenakan dapat berfungsi sebagai refleksi diri pada status sosial dan ekonomi serta popularitas seseorang dalam sebuah lingkungan trend fashion yang spesifiknya dulu dianggap dalam gaya berbusana saja saat ini sudah berkembang seiring perkembangan zaman. Hal ini disebabkan karena fashion merupakan salah satu bagian penting dari gaya hidup masyarakat pada era globalisasi saat ini.

Pemasaran itu sendiri sudah dipikirkan jauh hari sebelumnya agar lebih tepat pada sasaran pelanggan. Pelanggan yang mempunyai potensial atau kemampuan akan mempertimbangkan berbagai faktor, diantaranya faktor kualitas produk. Menurut Kotler dan Amsrong (2008), kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau jasa. Oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai

kepuasan pelanggan. serta fasilitas yang ada sebelum memilih tempat yang dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Karena kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan antara harapan pelanggan dengan kinerja yang dirasakan oleh pelanggan itu tersebut. Karena kualitas itu sendiri mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Longdong (2012).

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian yang utama bagi kebanyakan perusahaan. Menurut Oliver (dalam Prevista, 2013), menyatakan bahwa kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan hasil yang dirasakan serta yang diharapkan. Hal ini dikarenakan dengan memuaskan pelanggan perusahaan tersebut dapat meningkatkan tingkat keuntungannya serta menambah pangsa pasar yang lebih luas. Kepuasan pelanggan adalah kesesuaian harapan pelanggan terhadap produk yang dijual di rumah pernik gorontalo dengan hasil yang telah diterima. Sehingga kepuasan adalah sesuatu yang dapat dirasakan baik itu berupa jasa maupun produk oleh pelanggan.

Tidak jauh berbeda dengan Jakarta sebagai ibukota Indonesia, kota Gorontalo juga terdapat berbagai macam toko pakaian yang menawarkan dan menjual berbagai macam pakaian yang trend fashion. Jenis fashion yang ditawarkan dikota ini seperti celana jeans, kemeja, jaket, kaos, sepatu, jilbab, sandal dan beragam fashion lainnya. Banyaknya jenis fashion yang ditawarkan dikota Gorontalo ini, memberikan kesempatan bagi toko-toko pakaian guna memenangkan persaingan yang begitu ketat serta bisa merebut minat beli konsumen. Tak heran banyak para kalangan anak muda, tua, dan remaja tak segan-segan membeli pakaian

terbaru. Akan tetapi, perilaku setiap orang itu berbeda-beda perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar-benar dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka. Produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing merupakan kunci yang utama dalam memenangkan persaingan yang pada akhirnya dapat memberikan nilai kepuasan pada langganan. Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh pelanggan. Kualitas produk itu sendiri merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsinya. Kemampuan itu sendiri meliputi daya tahan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki.

Melihat tingkat kehidupan masyarakat yang semakin hari semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang pun semakin meningkat, salah satunya diindustri pakaian/fashion. Hal ini karena produk pakaian merupakan salah satu komoditi yang sangat potensial untuk dikembangkan di pasar global. Industri pakaian/fashion memiliki potensi yang cukup besar sehingga persaingan produk pakaian di pasar sangat ketat. Oleh karena itu banyak produsen-produsen yang berlomba-lomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk dipamerkan, diproduksi dan akhirnya dipasarkan kepada masyarakat. Membuat sesuatu yang unik menciptakan ide kreatif dan inovasi ditunjang dengan desain yang berwawasan mengikuti arah gerak fashion setiap tahunnya. Karena pada umumnya setiap usaha bertujuan untuk mencari keuntungan, tujuan tersebut tidak lepas dari kegiatan pemasaran. Selain kualitas produk yang ditampilkan ternyata banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, salah

satunya dengan memperhatikan gaya hidup yang lagi berkembang pada saat itu. Karena konsumen akan lebih memperhatikan *trend* yang lagi berkembang dimana konsumen akan mencari toko yang bisa menyediakan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan yang pastinya hal tersebut akan sangat berpengaruh dalam tingkat kepuasan konsumen pada toko tersebut. Bagi konsumen atau pelanggan kualitas serta *trend* merupakan bahan pertimbangan untuk membeli produk pada suatu perusahaan, karena akan mempengaruhi persepsi serta kepuasan pada pelanggan itu sendiri..

Dalam penelitian ini penulis tertarik melakukan penelitian di toko baju rumah pernik (rupe), yang merupakan salah satu toko yang menjual pakaian yang trendy bisa dibilang sangat strategis karena berada dipusat kota tepatnya di Jl. HOS. Cokroaminoto, Heledulaa, Kota Timur, Kota Gorontalo, juga sangat dekat dengan kampus UNG. Rumah pernik (rupe) merupakan toko yang menjual bermacam-macam pakaian, celana, jilbab, sepatu, sandal dan berbagai macam fashion lainnya. Berdasarkan observasi awal yang di lakukan oleh peneliti Rumah Pernik terlihat sering ramai pengunjung. Rumah pernik pun selalu melakukan promosi-promosi dimedia sosial maka tak heran barang ditoko tersebut cepat habis terjual. Rumah pernik selalu restock barang hampir setiap hari, karena melihat begitu banyak orang yang berdatangan untuk membeli. Namun, ada beberapa kendala yang sering di alami oleh toko tersebut terkait dengan kepuasan pelanggan, dimana konsumen belum cukup puas atas kualitas maupun model baju yang di tawarkan oleh toko tersebut.

Kualitas yang ditawarkan atau dijual di rumah pernik tersebut bagus, akan tetapi masih ada konsumen menginginkan produk yang sudah mereka beli tersebut

bisa bertahan lama atau dengan kata lain tidak cepat rusak, selain itu konsumen pun menginginkan kenyamanan saat menggunakan produk. Untuk itu rumah pernik harus mengupayakan dan terus meningkatkan kualitas produk demi menciptakan kepuasan pelanggan. Kemajuan yang tidak dapat di bendung oleh sebagian individu, menyebabkan perubahan sosial dan kebiasaan masyarakat atau calon konsumen bergeser. Pergeseran dapat di artikan sebagai peralihan atau pergantian dapat dirasakan tidak terkecuali dengan trend dalam fashion. Dengan semakin berkembangnya zaman semakin banyaknya berbagai macam bentuk fashion dimana yang membuat para pelaku usaha harus bisa mengikut *trend* pada saat itu.

Rumah pernik sendiri dalam hal *fashion* peneliti melihat sudah mengikuti *trend* yang sekarang. Akan tetapi rumah pernik sendiri masih kurang memperhatikan kualitas pakaian-pakaian yang dijual oleh toko tersebut sehingga membuat kepuasan konsumen dalam membeli baju di toko tersebut berkurang karena konsumen akan mencari toko yang menjual pakaian-pakaian dengan gaya atau model terbaru serta kualitas yang bagus.

Berdasarkan beberapa masalah diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Trend Fashion Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Baju Rumah Pernik”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Karyawan rumah pernik yang belum mempunyai inisiatif sendiri untuk menanyakan seberapa puas dengan produk fashion yang dijual.

2. Masih kurangnya produk rumah pernik yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan.
3. Kurangnya minat beli karena masih ada produk fashion yang tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko baju rumah pernik?
2. Apakah trend fashion berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di toko baju rumah pernik?
3. Apakah kualitas produk dan trend fashion berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan di toko baju rumah pernik
2. Untuk mengetahui pengaruh trend fashion terhadap kepuasan pelanggan di toko baju rumah pernik
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan trend fashion terhadap kepuasan pelanggan di toko baju rumah pernik

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dalam menawarkan trend fashion serta kepuasan pelanggan di Gorontalo.

## 2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi UNG, penelitian ini diharapkan menjadi referensi guna melakukan penelitian lanjutan yang menggunakan variabel kualitas pelayanan dan minat berkunjung ulang.
- b. Bagi perusahaan, sebagai media tolak ukur kinerja pada saat sekarang ini serta diharapkan mampu memberikan acuan atau tambahan pemikiran bagi perusahaan dalam memperhatikan kepuasan pelanggan sehingga dapat lebih meningkatkan pendapatan.

Bagi penulis, dari hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis mengenai pertimbangan yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menjadi bekal yang dapat diterapkan dalam dunia pemasaran.