

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini membuat perdagangan menjadi semakin bebas. Hal tersebut memberi kesempatan bagi munculnya para produsen dari berbagai sektor baik industri maupun jasa untuk meningkatkan dan mengembangkan produk dan jasanya guna memenangkan persaingan serta merebut minat konsumen. Salah satu sektor yang berkembang pesat dengan adanya perdagangan bebas tersebut adalah pada sektor industri *fashion*. Kebutuhan masyarakat akan sandang, pangan, dan papan semakin hari semakin meningkat. Desakan kebutuhan masyarakat tersebut kemudian secara tidak langsung menciptakan industri-industri yang bergerak untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satu diantara banyaknya industri yang saat ini sedang naik dan menjanjikan adalah industri *fashion*. Hal ini disebabkan karena *fashion* merupakan salah satu bagian penting dari gaya hidup masyarakat di era global. Perdagangan bebas industri *fashion* ini kemudian berpengaruh pada meningkatnya kecenderungan pola konsumsi masyarakat yang akhirnya membentuk perilaku konsumen yang konsumtif terhadap produk-produk *fashion*. Kecenderungan ini akhirnya menjadi sebuah peluang besar bagi para pelaku bisnis *fashion* untuk lebih mengembangkan usahanya. (Oktadiani & Laily, 2020).

Keputusan pembelian merupakan proses mental yang dilakukan oleh konsumen untuk menentukan produk atau jasa mana yang akan dibeli setelah melalui berbagai pertimbangan. Menurut Tjiptono (2020), Keputusan pembelian

merupakan salah satu bagian dari perilaku konsumen berupa Tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2020) keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen di mana konsumen benar-benar membeli produk setelah mengevaluasi berbagai alternatif.

Kualitas produk menjadi salah satu elemen utama yang dinilai konsumen sebelum melakukan pembelian. Produk yang berkualitas tinggi akan memberikan nilai guna, kepercayaan, dan meningkatkan kepuasan konsumen. Tjiptono (2020) menyatakan bahwa kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu produk dalam memberikan manfaat sesuai harapan pelanggan, mencakup fitur, daya tahan, keandalan, dan desain.

Selain kualitas produk, Harga (*price*) merupakan tagihan jumlah atau suatu barang yaitu produk atau jasa. Surplus konsumen didefinisikan oleh para ekonomi sebagai selisih antara harga yang dibayar konsumen dan manfaat yang akan diberikan produk. Konsumen akan senang jika perusahaan menetapkan harga terjangkau serta memberikan keunggulan produk terbaik. Jumlah penjualan dipengaruhi oleh tingkat harga yang diberikan perusahaan (Dwiputra, 2023). Dalam bertransaksi harus ada kesepakatan harga yang dibuat tanpa ada unsur paksaan atau telah disepakati oleh kedua pihak. Maka dari itu dikatakan harga sebagai hal penting yang memberikan pengaruh terhadap konsumen atau pelanggan Rusmiyanto, (2022).

Kualitas pelayanan ditetapkan oleh pelanggan selaku pengguna jasa pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan juga menjadi indikator penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif. Kualitas pelayanan bergantung pada memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan; melayani pelanggan dengan baik adalah kuncinya. Kualitas layanan memiliki signifikansi besar bagi perusahaan karena berpengaruh pada tingkat kepuasan pelanggan (Sandra & Prawoto, 2024). Ketika pelayanan dilakukan secara konsisten dan profesional, maka akan terbentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yaitu seluruh bentuk aktivitas kesibukan yang dilakukan perseroan untuk mencukupi tujuan pelanggan. Pelayanan dalam tentang ini diartikan selaku jasa maupun servis yang dituturkan oleh pemilik jasa yang berbentuk keringanan, ketangkasan, ikatan, kepiawaian dalam keramah tamahan yang ditunjukkan lewat tindakan serta watak dalam memberikan layanan buat kegembiraan pelanggan.

Toko Nusantara Collection sebagai salah satu toko yang menyediakan fashion lokal dihadapkan pada tantangan serupa. Untuk memenangkan hati konsumen, toko ini perlu fokus pada kualitas produk yang ditawarkan.

Berikut data penjualan pada Toko Nusantara Collection usaha Fashion di Pasar raya Padang pada tahun 2022-2024 sebagai berikut:

Tabel. 1.1
Data Penjualan Toko Nusantara Collection pada tahun 2022-2024

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Persentase (%)
1.	2024	737.404.000	37.66%
2.	2023	683.565.000	34,91%
3.	2022	537.258.000	27,43%
Total		Rp. 1. 958. 252. 000	

Sumber: Toko Nusantara Collection

Berdasarkan dari tabel 1.1 terlihat total pembelian konsumen pada tahun 2022-2024 sebesar Rp. 1.958.252.000. Pada Penjualan tahun 2022 toko Nusantara collection terdapat total penjualan sebesar 537.258.000. Angka ini merupakan penjualan terendah selama tiga tahun terakhir. Persentase kontribusi penjualan tahun 2022 terhadap total penjualan selama periode 2022-2024 adalah sebesar 27,43%. Data inii menunjukkan bahwa tahun 2022 menjadi titik awal yang penting sebagai dasar perbandingan untuk mengamati perkembangan penjualan di tahun-tahun berikutnya. Selanjutnya pada penjualan tahun 2023 toko Nusantara Collection penjualan meningkat menjadi 683.565.000 atau sebesar 34,91% dari total penjualan selama tiga tahun. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terjadi kenaikan penjualan sebesar 143.307.000. secara pesentase, pertumbuhan penjualan dari tahun 2022-2023 mencapai 7,48%. Kenaikan ini mencerminkan adanya perbaikan “strategi pemasaran” atau meningkat minat konsumen terhadap produk yang diawarkan oleh toko Nusantara collection. Penjualan penjualan Kembali mengalami kenaikan pada tahun 2024, dengan total penjualan mencapai 737.404.000 atau sebesar 37,66% dari total penjualan selama tiga tahun. Jika dibandingkan dengan dengan tahun 2023, terjadi kenaikan sebesar Rp 53.839.000.

dalam persentase, peningkatan dari tahun 2023-2024 adalah sebesar 2,75%. Walaupun pertumbuhan penjualan tidak sebesar tahun sebelumnya, peningkatan ini tetap menunjukkan performa positif dan konsistensi dalam menjaga pertumbuhan penjualan.

Dari total pembelian konsumen pada tahun 2022-2024 sebesar Rp. 1.958.252.000. pembelian terbesar terdapat pada tahun 2024 sebesar Rp 737.404.000 dan terendah terdapat pada tahun 2022 sebesar 537.258.000. Maka dilihat data penjualan Toko Nusantara Collection dari tahun ke tahun terus meningkat.

Selain itu penulis juga melakukan penelitian awal terhadap konsumen toko Nusantara collection. Berikut data penelitian awal pada toko Nusantara collection:

Tabel 1.2
Data Penelitian Awal Keputusan Pembelian Pelanggan Toko Nusantara Collection

No	Pernyataan kualitas produk (X1)	Responden	SS	S	TS	STS
1.	Ciri-ciri produk Produk di toko nusantara collection sangan bagus.	30	15	15	0	0
2.	Sesuai dengan spesifikasi Produk ditoko nusantara sesuai dengan standar.	30	15	15	0	0
3.	Ketahanan produk Produk di toko nusantara collection memiliki daya tahan yang cukup lama.	30	14	16	0	0
4.	Kehandalan/<i>durability</i> Produk di toko nusantara collection tidak mengalami kecacatan dan gagal.	30	11	16	3	0

	Penyataan variabel harga (X2)					
1.	Kesesuaian Harga Dengan Manfaat • Harga yang dibutuhkan sesuai pada produk yang di inginkan • Harga sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.	30	15 15	15 15	0 0	0 0
2.	Keterjangkauan Harga • Harga Nusantara Collection terjangkau. • Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk.	30	15 14	15 15	0 1	0 0
3.	Daya Saing Harga • Harga Nusantara Collection yang dapat bersaing dengan produk lain. • Harga Nusantara Collection lebih ekonomis.	30	10 16	20 12	0 2	0 0
4.	Kesesuaian Harga Dengan Kualitasnya • Harga Nusantara Collection sesuai dengan kualitas produk. • Harga Nusantara Collection sesuai dengan kualitas keindahan tampilan produk.	30	15 15	15 15	0 0	0 0
	Penyataan variabel kualitas layanan (X3)					
1.	Bukti nyata (<i>Tangibles</i>) Pegawai Nusantara Collection berpenampilan rapi.	30	15	15	0	0
2.	Keandalan (<i>Reliability</i>) Pegawai Nusantara Collection jarang membuat kesalahan dalam mengantar barang.	30	13	15	2	0
3.	Kesigapan (<i>responsiveness</i>) Pegawai Nusantara Collection memberikan respon yang cepat terhadap pelanggan.	30	15	14	1	0
4.	Kompetensi (<i>competence</i>) Toko Nusantara Collection memahami persoalan yang dihadapi konsumen.	30	14	15	1	0

5.	Kesopan-santunan (<i>Courtesy</i>) Merasa aman dalam bertransaksi pada toko Nusantara Collection.	30	15	15	0	0
6.	Komunikasi (<i>communication</i>) Pegawai Toko Nusantara Collection mampu berkomunikasi dengan jelas dan mudah dipahami oleh pelanggan.	30	14	16	0	0
	Penyataan variabel Keputusan pembelian (Y)					
1.	Pengenalan masalah • Membeli produk sesuai keperluan dan kebutuhan konsumen. • Membeli produk karena tertarik dengan modelnya.	30	15 15	15 13	0 2	0 0
2.	Pencarian informasi Konsumen mencari informasi kepada teman, keluarga, patrner kerja dan kerabat.	30	14	16	0	0
3.	Evaluasi alternatif • Mengevaluasi beberapa merek pakaian yang ada. • Nusantara Collection menjadi pilihan alternatif yang dipilih.	30	15 15	15 13	0 0	0 0
4.	Perilaku Pasca Pembelian • Merasa puas dengan produk Nusantara Collection • Selalu melakukan pembelian ulang kembali.	30	14 14	16 15	0 1	0 0

Sumber: Data Diolah Tahun 2025

Berdasarkan tabel 1.2 di atas dapat dilihat bahwa kualitas produk dengan pernyataan “produk di toko Nusantara Collection tidak mengalami kecacatan dan gagal” dari 30 responden 11 responden menjawab sangat setuju 16 responden menjawab setuju sedangkan 3 responden menjawab tidak setuju dari jawaban di atas masih ada responden yang meragukan kehandalan pada kualitas produk di lain pihak banyak juga yang menyatakan setuju dengan standar, sedangkan dari

harga dengan pernyataan “Harga Nusantara Collection lebih ekonomis” dari 30 responden 16 responden menjawab sangat setuju 12 responden menjawab setuju sedangkan 2 responden menjawab tidak setuju dari jawaban diatas masih ada responden yang meragukan harga di toko Nusantara Collection lebih ekonomis di lain pihak banyak juga yang menyatakan setuju dengan standar, dapat dilihat dari kualitas layanan dengan pernyataan bahwa “Pegawai Nusantara Collection jarang membuat kesalahan dalam mengantar barang” dari 30 responden 15 responden menjawab sangat setuju 13 responden menjawab setuju sedangkan 2 responden menjawab tidak setuju dari jawaban diatas masih ada pelanggan yang kecewa dengan keandalan pada kualitas layanan di lain pihak banyak juga yang menyatakan setuju dengan standar, selanjutnya dapat dilihat dari keputusan pembelian dengan pernyataan “Membeli produk karena tertarik dengan modelnya” dari 30 responden 15 responden menjawab sangat setuju 13 responden menjawab setuju sedangkan 2 responden menjawab tidak setuju dari jawaban diatas masih ada pelanggan yang tidak sesuai dengan Keputusannya setiap membeli dan di lain pihak masih banyak yang menyatakan setuju dengan standar.

Seperti yang diungkapkan dalam penelitian oleh Nursuciati & Purnomo, (2023), kualitas produk terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik kualitas suatu produk, semakin besar kemungkinan konsumen untuk membeli produk tersebut. Penelitian mereka pada Toko Mbethuk Fashion di Sumenep menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian secara signifikan.

Penelitian oleh Salsabila & Rosa, (2024) di Toko Hijabku.Id menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Mereka menyatakan bahwa "harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk mampu mendorong konsumen untuk melakukan pembelian." Namun, menariknya, penelitian oleh Cahya dkk., (2021) pada Toko Azam di Tanjung Jabung Timur menunjukkan bahwa harga tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian jika tidak dibarengi dengan kualitas produk yang memadai. Hal ini menandakan bahwa harga perlu diseimbangkan dengan persepsi kualitas yang diterima konsumen.

Di samping dua variabel tersebut, kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam mendorong keputusan pembelian. Layanan yang ramah, cepat, dan responsif dapat meningkatkan kenyamanan konsumen selama proses transaksi. Dalam penelitian oleh Yuliani dkk., (2021) di Toko Dewa Ayu Shop Klungkung, ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Di Toko Nusantara Collection memiliki karyawan yang melayani pelanggan dengan sebaik-baiknya, karyawannya juga membantu pelanggan saat melakukan fitting baju maupun mencari size/model yang diinginkan pelanggan. Toko Nusantara Collection juga melayani pembelian sistem online seperti via wa, telepon ataupun dengan Instagram. Toko Nusantara Collection memiliki sistem apabila konsumen salah membeli produk atau ukuran size dan sudah melakukan transaksi, Toko Nusantara Collection mengizinkan untuk menukarkan barang apabila tidak lebih dari 2 hari. Jika pelanggan merasa puas

maka, mereka akan kembali membeli produk di toko tersebut, dan merekomendasikan pada orang lain agar membeli produk di toko yang sama.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan merupakan tiga variabel utama yang memiliki potensi besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian yang lebih mendalam di Toko Nusantara Collection guna menguji pengaruh ketiga faktor tersebut secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas kepada pihak manajemen dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif, berorientasi pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Toko Nusantara Collection sebagai objek penelitian dalam studi ini didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan dengan topik yang diangkat, yaitu *pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen*. Toko Nusantara Collection merupakan usaha yang bergerak di bidang penjualan produk fashion, di mana aspek kualitas produk, penetapan harga, dan pelayanan memiliki peran penting dalam menarik minat konsumen. Selain itu, toko ini memiliki basis pelanggan yang cukup luas dan aktif, serta akses terhadap data dan responden yang memadai, sehingga memudahkan proses pengumpulan data penelitian. Toko ini juga menunjukkan perkembangan usaha yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir, baik dari segi penjualan maupun jumlah pelanggan, yang menjadikannya menarik untuk diteliti lebih lanjut. Berdasarkan penelusuran awal, masih jarang terdapat

penelitian akademik yang secara khusus meneliti toko ini, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah sekaligus masukan praktis bagi pengelola toko dalam meningkatkan strategi pemasaran melalui perbaikan kualitas produk, penyesuaian harga yang tepat, dan peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada toko Nusantara Collection”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis dapat merumuskan masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian, yaitu:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen pada Toko Nusantara Collection?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Nusantara Collection?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan Pembelian konsumen pada Toko Nusantara Collection?
4. Apakah kualitas produk, harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nusantara Collection?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa hal seperti:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Nusantara Collection.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian konsumen pada toko Nusantara Collection.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap Keputusan konsumen pada toko Nusantara Collection.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, harga, dan kualitas layanan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada toko Nusantara Collection.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian dan penyusunan proposal skripsi ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap literatur dalam bidang pemasaran, khususnya mengenai perilaku konsumen dan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di toko offline.

2. Manfaat Praktis

Memberikan masukan strategis bagi pengelola Toko Nusantara Collection dalam meningkatkan kualitas produk, penetapan harga yang sesuai, serta pelayanan di toko guna meningkatkan minat beli konsumen.

3. Manfaat Akademik

Menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti lain dalam mengembangkan studi di bidang pemasaran ritel offline, khususnya pada industri fashion lokal.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna dan mendalam maka penulis yang hanya meneliti Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nusantara Collection.