

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Di era modern saat ini, kebutuhan akan produk-produk rumah tangga berkualitas semakin meningkat seiring dengan bertambahnya kesadaran masyarakat terhadap kenyamanan dan kualitas hidup. Salah satu aspek penting dalam menciptakan kenyamanan di rumah adalah pemilihan perlengkapan tempat tidur, khususnya *bedlinen*. *Bedlinen* merupakan salah satu produk tekstil rumah tangga yang memiliki peran penting dalam menunjang kenyamanan tidur serta estetika kamar tidur.

Dalam menunjang kenyamanan beristirahat perlu adanya kelengkapan tempat tidur, salah satunya adalah *bedlinen*. *Bedlinen* merupakan perlengkapan tempat tidur yang terbuat dari kain seperti seprai, selimut, dan sarung bantal. Perlengkapan tidur (*bedlinen*) ini sudah digunakan sejak zaman kuno yang awalnya hanya digunakan untuk alas tidur. Seiring perkembangan zaman, bahan yang digunakan semakin beraneka ragam bahan yang tercipta mulai dari bahan katun, sutra, hingga *micro fiber* yang disesuaikan dengan iklim, kenyamanan, dan gaya hidup yang semakin modern.

Seiring berjalannya waktu, permintaan kebutuhan perlengkapan tidur seperti *bedlinen* demi menunjang kenyamanan dalam istirahat yang berkualitas karena masyarakat mengutamakan kesehatan yang dimulai dari perlengkapan tidur seperti *bedlinen* sebagai hal yang prioritas.

Permintaan akan *bedlinen* berkualitas semakin tinggi seiring dengan meningkatnya gaya hidup konsumen yang mengutamakan kenyamanan dan penampilan produk. Konsumen tidak hanya menilai *bedlinen* dari segi fungsi saja, tetapi juga memperhatikan kualitas bahan, desain yang menarik, dan merek yang terpercaya. Oleh karena itu, produsen *bedlinen* harus mampu memenuhi ekspektasi tersebut agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Bedlinen* dengan kualitas bahan yang baik, tahan lama, dan nyaman digunakan akan lebih diminati. Selain itu, desain produk yang modern, menarik, dan sesuai dengan tren juga menjadi pertimbangan penting konsumen dalam memilih *bedlinen*.

Tidak kalah penting adalah citra merek. Merek yang sudah dikenal dan memiliki reputasi baik akan menimbulkan kepercayaan lebih pada konsumen, sehingga memudahkan mereka dalam mengambil keputusan pembelian. King Koil sebagai salah satu merek *bedlinen* premium dikenal memiliki kualitas dan desain unggulan yang mendukung citra merek yang kuat di pasar.

Sogo Plaza Senayan sebagai salah satu pusat perbelanjaan kelas atas di Jakarta menyediakan berbagai produk *bedlinen* berkualitas, termasuk King Koil. Oleh karena itu, penelitian ini fokus untuk mengkaji bagaimana pengaruh kualitas produk, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian *bedlinen* King Koil di Sogo Plaza Senayan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang preferensi konsumen serta membantu pengembangan strategi pemasaran yang efektif bagi King Koil.

Perkembangan industri ritel dan gaya hidup di Indonesia mengalami kemajuan pesat. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya ritel yang bermunculan dan bersaing untuk menarik para pembeli. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan ritel yang sangat banyak. Pada Tahun 2023, jumlah peritel di Indonesia mencapai 3,97 Juta Unit. Salah satunya ialah SOGO Department Store yang ialah peritel terkemuka di Indonesia dengan 17 gerai di 8 kota besar. Salah satu pesaing ritel dari SOGO Plaza Senayan adalah Metro Plaza Senayan yang mana merupakan pesaingnya yang memasarkan produk yang serupa. Akan tetapi kedua ritel tersebut saling bersaing untuk mendapatkan pembeli dalam menarik pembeli kedua ritel tersebut mempunyai cara cara dalam memasarkan produk (Sogo, 2025).

SOGO Department Store itu sendiri menjual berbagai macam produk dari pakaian, produk kecantikan, serta perabotan rumah tangga seperti perlengkapan tempat tidur. Kelengkapan tempat tidur disini yang dimaksud adalah *bedlinen*. *Bedlinen* atau perlengkapan tempat tidur disini seperti seprai, selimut, dan sarung bantal. Perlengkapan tidur (*bedlinen*) ini sudah digunakan sudah sejak zaman kuno yang awalnya digunakan hanya untuk alas tidur, menggunakan sebagai status social serta kenyamanan. Seiring perkembangan zaman, bahan yang digunakan semakin beraneka ragam bahan yang tercipta mulai dari bahan katun, satin, hingga *micro fiber* yang disesuaikan dengan iklim, kenyamanan, dan gaya hidup yang semakin modern. Permintaan akan produk *bedlinen* yang berkualitas semakin meningkat seiring kesadaran masyarakat akan kenyamanan dalam beristirahat (Koil, 2025).

Produk *bedlinen* ternama yang merupakan koleksi unggulan dari King Koil

menawarkan kenyamanan dan kemewahan serta dengan kombinasi teknologi yang canggih serta material yang berkualitas. Di bawah naungan PT. Duta Abadi Primantara ini memasarkan produk *bedlinen* memiliki bahan yang sudah teruji keseluruhan guna daya tahan, tekstur, bentuk dan warnanya menampilkan kemewahan. PT. Duta Abadi Primantara ini merupakan pemegang lisensi merek salah satunya adalah king koil, yang mana memasarkan bukan hanya *spring bed* akan tetapi juga perlengkapan tidur berupa *bedlinen*. Pemasaran *bedlinen* King Koil ini tersebar di berbagai ritel ternama di Jakarta, salah satunya adalah SOGO Senayan Plaza yang mana menyediakan dan memasarkan *bedlinen* dan perlengkapan tidur lainnya (DAP, 2024).

Beragam produk *bedlinen* yang dipasarkan di ritel SOGO Plaza Senayan dari berbagai merek ternama termasuk salah satunya perusahaan yang bernama PT. Duta Abadi Primantara yang berani bekerja sama dengan King Koil Indonesia yang pada akhirnya dibawah naungan tersebut kini menjadi produsen dan pemasok perlengkapan tidur berkualitas tinggi di Indonesia. Selain produk King Koil ada juga produk perlengkapan tidur dengan berbagai *brand* terkemuka lainnya seperti Sheridan, Kenzo dan Dea. Semakin ketat persaingan produk yang serupa, semakin bagus kualitas dalam hal menarik pembeli agar tetap memilik produk King Koil dengan mengutamakan kualitasnya.

Suatu sikap yang diambil konsumen dalam melakukan pembelian hal yang penting, akan tetapi dalam mengambil keputusan konsumen memikirkan apakah sesuai dengan keinginan dan harapan pembeli. Perusahaan mempunyai tugas dan tanggung jawab terhadap produk yang akan dipasarkan apakah menarik para pembeli ataupun tidak sesuai dengan kriteria pembeli. Hal ini menjadi menjadi suatu permasalahan yang penting apabila produk yang ditawarkan tidak menarik pembeli. Banyaknya persaingan di industri bidang perlengkapan tidur yang menawarkan hal yang menarik pembeli. Pembeli akan mengambil keputusan dalam pembelian apabila memenuhi kriteria dan harapan pembeli. Keputusan pembelian didefinisikan sebagai pilihan di antara banyak pilihan oleh Indrasari (2019). Dengan kata lain, sebelum mengambil keputusan, seseorang harus dihadapkan pada pilihan-pilihan. Sebaliknya, pembelian bukanlah sebuah keputusan jika pembeli dipaksa untuk melakukan pembelian tanpa pilihan (Indrasari, 2019).

Dibawah ini merupakan rekapitulasi data total penjualan *bedlinen* didapat dari Manajer bagian pemasaran di perusahaan King Koil yang penempatan pada SOGO Plaza Senayan terkait laporan penjualan konsumen yang membeli *bedlinen* King Koil pada Bulan Januari – Desember Tahun 2024. Total keseluruhan penjualan dari Bulan Januari – Desember melebihi target yang ditentukan perusahaan sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

**Tabel 1.1 Total Penjualan *Bedlinen* King Koil pada
SOGO Plaza Senayan Tahun 2024**

Bulan	Target Penjualan	Penjualan Tahun 2024
Januari	450.000.000	361.543.000
Februari	300.000.000	369.658.000
Maret	350.000.000	326.863.000
April	350.000.000	461.197.000
Mei	325.000.000	282.469.000
Juni	250.000.000	335.267.000
Juli	255.000.000	274.985.000
Agustus	335.000.000	255.625.000
September	265.000.000	260.528.000
Oktober	285.000.000	251.058.000
November	330.000.000	305.977.000
Desember	300.000.000	406.635.000
Jumlah	3.530.000.000	3.891.805.000

Sumber: Pembukuan Total Penjualan King Koil SOGO Plaza Senayan

Tabel 1.1 diatas menunjukkan kalau penjualan *bedlinen* King Koil pada SOGO Plaza Senayan melebihi target yang ditentukan oleh perusahaan yang mana target penjualan Tahun 2024 sebesar Rp. 3.530.000.000 dan jumlah pendapatan penjualan *bedlinen* King Koil sebesar Rp. 3.891.805.000, yang artinya Kualitas produk, desain produk dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian diantaranya ialah Kualitas Produk, Desain Produk, Promosi, Kemasan (*Packaging*), Citra Merek (*Brand Image*) dan lain sebagainya. Menurut pandangan Manajer Cabang King Koil di SOGO Plaza Senayan memberikan saran terhadap peneliti untuk dilakukan penelitian lebih dalam mengenai variabel yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian ialah kualitas produk, desain produk dan citra merek.

Kualitas Produk yang berkualitas menjadi indikator utama bagi konsumen dalam memilih produk yang akan ditawarkan mulai dari kualitas dan bahannya. Kualitas produk yang optimal harus menjadi strategi perusahaan dalam mencapai semua kalangan konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi di lingkup perusahaan di bidang perlengkapan tidur yang sudah mempunyai nama besar seperti King Koil menjadi tantangan tersendiri dikarenakan harus menjaga kualitas agar tetap terjaga dan bersaing dengan competitor lainnya dengan harga yang lebih murah, akan tetapi King Koil selalu terpercaya dalam mengambil hati konsumen dalam kenyamanan. Kualitas produk King Koil ini sudah menjadi kepercayaan konsumen. Produk King Koil ini menjadi pilihan konsumen yang sudah dibuktikan dengan penyajian data penjualan diatas yang mana pada Tahun 2024 melebihi target yang telah ditentukan perusahaan. Peristiwa ini menjadi bukti kalau kualitas produk pada salah satu produk yaitu *bedlinen* dari King Koil tetap terjaga kualitasnya.

Dalam hal kebutuhan konsumen, desain produk ialah keseluruhan elemen yang memengaruhi penampilan dan pengoperasian suatu produk (Supriyatno, 2020). Desain produk imitasi masih terus berkembang. barang tiruan dulunya jauh dari yang asli di masa lalu. Namun, akhir-akhir ini, desain produk tiruan dapat meniru produk terkenal tidak hanya dengan sangat detail tetapi juga dengan cara yang agak sebanding dengan barang yang sebenarnya (Supriyatno, 2020).

Perusahaan yang bersaing dalam bidang *bedlinen* tidak luput dari sebuah desain yang menarik pembeli. Desain atau corak yang khas serta tidak ada pada merek lain yang menjadikan produk King Koil tetap menjadi pembeli setia bagi

para konsumen yang selalu mengutamakan varian yang menarik.

Fenomena yang terjadi di dalam bidang *bedlinen* atau disebut juga dengan sprei memiliki *brand image* (Citra merek) dan memiliki keunggulan masing – masing disetiap mereknya. Citra merek dapat didefinisikan sebagai representasi dari keseluruhan persepsi akan merek yang terbentuk dari informasi serta pengalaman masa lalu konsumen atas merek tertentu (Chalil et. al: 2020). Saat ini fenomena yang terjadi pada citra merek (*brand image*) penjualan pada produk King Koil yang dipasarkan di Sogo Plaza Senayan dalam Tahun 2024 melebihi target yang telah ditentukan perusahaan. Tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan tidak terlepas dari citra merek King Koil yang sudah ternama di Indonesia. Hal ini menjelaskan bahwa citra merek dalam dunia industri sangat penting dalam menunjang kebutuhan pemasaran.

Kesenjangan di dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Sprei Soraya Sudirman di Kota Pekanbaru,” Delima Yana BR Simanjuntak dkk. (2023) menemukan kalau meskipun Inovasi Produk dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian, namun kualitas layanan tidak menjamin adanya peningkatan keputusan pembelian, sehingga tidak memiliki dampak yang signifikan. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Alice Erni Husein (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak menunjukkan dampak yang substansial terhadap keputusan pembelian, dan Citra merek tidak memiliki pengaruh yang substansial terhadap keputusan pembelian. *Research gap* dari penelitian ini ialah perlu adanya penelitian lanjutan mengenai

variabel kualitas produk dikarenakan adanya kesenjangan antara hasil penelitian dari kedua peneliti ini terkait variabel kualitas produk dalam penelitian ini.

Kesenjangan (*Research Gap*) dari penelitian Abi Liniga (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Spring bed* (Studi Kasus: PT Duta Abadi Primantara di Metro Gandaria City)”, variabel kualitas produk ditemukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel promosi juga memiliki pengaruh yang signifikan. Di sisi lain, variabel harga ditemukan tidak berpengaruh dan tidak signifikan secara statistik. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Alice Erni Husein (2025) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak menunjukkan dampak yang substansial terhadap keputusan pembelian, dan Citra merek tidak memiliki pengaruh yang substansial terhadap keputusan pembelian. Perbedaan dan kesenjangan antara kedua hasil inilah yang menjadi celah untuk peneliti selanjutnya dan menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

Berdasarkan fenomena masalah dalam latar belakang penelitian ini dan masih adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti mengambil penelitian ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *BEDLINEN* KING KOIL PADA SOGO PLAZA SENAYAN”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah:

1. Apakah Kualitas Produk (X_1), Desain Produk (X_2) dan Citra Merek (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian *Bedlinen* King Koil pada Sogo Plaza Senayan.
2. Apakah Kualitas Produk (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Bedlinen* King Koil pada Sogo Plaza Senayan.
3. Apakah Desain Produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Bedlinen* King Koil pada Sogo Plaza Senayan.
4. Apakah Citra Merek (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian *Bedlinen* King Koil pada Sogo Plaza Senayan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, desain produk, dan citra merek secara simultan terhadap keputusan pembelian *bedlinen* King Koil pada sogo plaza senayan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian *bedlinen* King Koil pada sogo plaza senayan.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian *bedlinen* King Koil pada sogo plaza senayan.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian *bedlinen* King Koil pada sogo plaza senayan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan literatur guna melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki variabel yang terkait dengan bidang ini.
2. Bagi perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang mana menjadikan target kualitas yang optimal dengan citra merek dan desain produk yang menarik pembeli.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi guna melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai ini.

