

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri *fashion* di Indonesia, saat ini mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat pesat. membuat para konsumen menginginkan berbagai produk *fashion*, kata *fashion* dipakai untuk menjelaskan seseorang yang mempunyai *personal style* yang luar biasa. Dunia wanita pun tidak bisa lepas dari *trend fashion*, berbagai produk seperti tas, baju, sepatu, dompet menjadi kebutuhan yang selalu ingin dipenuhi, hal ini disebabkan karena para wanita selalu ingin tampil menjadi pusat perhatian orang yang ada disekitarnya, sehingga para wanita akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut baik dengan cara membeli produk branded (memiliki merek yang kuat) yang asli maupun imitasi. Saat ini alasan konsumen dalam membeli sebuah produk terutama produk *fashion* dikarenakan merek atau simbol sebuah produk dapat menyiptakan *prestige* pada pemakainya. Dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif saat ini, perkembangan industri khususnya di Indonesia semakin meningkat sehingga mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat. Sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan pangsa pasarnya.

Dengan bertambahnya jumlah penduduk, begitu pula permintaan dan keinginan akan barang karena kebutuhan dasar masyarakat tidak hanya sandang, pangan, dan papan. tetapi juga *fashion*, minat pasar terhadap *fashion* yang semakin meningkat maka kebutuhan dan keinginan terhadap suatu barang juga meningkat secara

bersamaan. *fashion* juga dapat diartikan sebagai *life style*. Oleh karena itu perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan perilaku konsumen, hal ini disebut hal yang unik, karena referensi dan sikap terhadap objek berbeda sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen juga berbeda.

Permasalahan yang muncul dalam industri *fashion* saat ini adalah banyaknya pesaing, persamaan harga, dan banyak model yang sejenis. Sehingga konsumen dalam melakukan pembelian dapat memilih produk dengan kualitas produk terbaik, produk dengan harga yang terjangkau sehingga hal-hal tersebut membuat penjualan mengalami kenaikan dan penurunan disetiap bulannya, maka perusahaan harus terus berinovasi baik mengikuti trend yang ada saat ini agar suatu kebutuhan dan keinginan konsumennya terpenuhi.

Salah satu perusahaan yang berkembang pesat dalam industri *fashion* adalah Merek Charles & Keith merupakan salah satu Merek tas dibawah naungan PT. Cipta Moda Gemilang Merek tas tersebut berasal dari Singapura. Perusahaan ini sudah berdiri sejak tahun 1996 dan sudah memiliki lebih dari 50 outlet di Indonesia yang sudah berhasil memikat hati konsumennya di Indonesia, dimana produsen memfokuskan dirinya pada produk-produk wanita. Berbagai macam produk Charles & Keith yang ditawarkan dengan berbagai jenis model seperti tas untuk *hang-out*, *party-bag*, *sling-bag*, dan *shoulder bag*. Charles & Keith menawarkan produk fashion untuk segmen remaja, dewasa maupun orang tua, dengan harga yang ditawarkan

cukup relatif terjangkau untuk kalangan menengah ke atas. Dalam tabel berikut ini kita bisa lihat data penjualan Charles & Keith periode 2020:

Tabel 1. 1
Data Penjualan Charles & Keith Lippo Mall Puri 2020

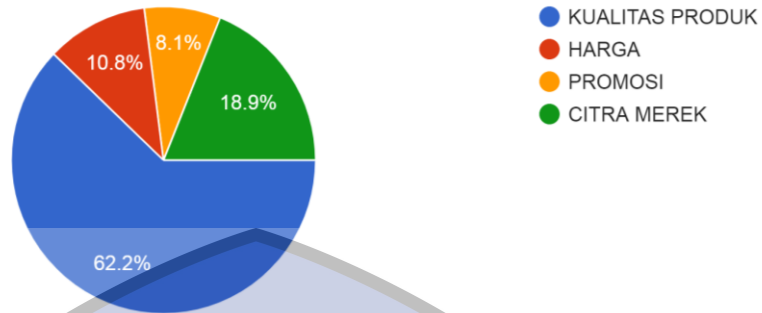
Charles & Keith		
Bulan	Target	Realisasi
JANUARI	Rp 620.000.000	Rp 597.404.300
FEBRUARI	Rp 610.000.000	Rp 459.407.600
MARET	Rp 600.000.000	Rp 219.068.400
APRIL	Rp 200.000.000	Rp 5.116.000
MEI	Rp 170.000.000	Rp 11.655.000
JUNI	Rp 180.000.000	Rp 154.479.200
JULI	Rp 450.000.000	Rp 410.071.200
AGUSTUS	Rp 450.000.000	Rp 355.742.000
SEPTEMBER	Rp 470.000.000	Rp 217.179.400
OKTOBER	Rp. 470.000.000	Rp 396.793.800
NOVEMBER	Rp. 510.000.000	Rp 416.128.000
DESEMBER	Rp. 515.000.000	Rp 506.309.600

Sumber: Charles and Keith Lippo Mall Puri

Berdasarkan pada tabel 1.1 dapat kita ketahui bahwa pendapatan Charles & Keith pada bulan januari sebesar 597juta dengan jumlah target 620juta, bulan Februari sebesar 459juta dengan jumlah target 610juta, bulan Maret sebesar 219juta dengan target sebesar 600juta, bulan April sebesar 5juta dengan target sebesar

200juta, bulan Mei sebesar 11juta dengan targer 170juta, bulan Juni sebesar 154juta dengan target sebesar 180juta, bulan Juli sebesar 410juta denga target sebesar 450juta, bulan Agustus sebesar 355juta dengan target sebesar 450juta, bulan September sebesar 217juta dengan target 470juta, bulan Oktober sebesar 396juta denga target sebesar 470juta, bulan November sebesar 416juta dengan target 510juta, bulan Desember sebesar 506juta dengan target sebesar 515juta.

Pendapatan perbulan Charless & Keith pada tahun 2020 mengalami fluktuasi yaitu kenaikan dan penurunan disetiap bulannya. Seperti pada bulan Januari hingga Februari mengalami penurunan sebesar 23,09%, Februari hingga Maret mengalami penurunan sebesar 52,31%. Maret hingga April mengalami penurunan sebesar 97,66%, April hingga Mei mengalami Kenaikan sebesar 56,1%, Mei hingga Juni mengalami kenaikan sebesar 92,45%, Juni hingga Juli mengalami kenaikan sebesar 91,32%, Juli hingga Agustus mengalami penurunan sebesar 13,24%, Agustus hingga September mengalami penurunan sebesar 38,39%, September hingga Oktober mengalami kenaikan 45,26%, Oktober hingga November mengalami kenaikan sebesar 4,64%, November hinga Desember mengalami penurunan 91,78%. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan perbulan Charles & Keith pada tahun 2020 tidak dapat mencapai target disebabkan terjadinya fluktuasi yang menyebabkan masalah pada keputusan pembelian. Fenomena penjualan diatas mendasari peneliti untuk ingin mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi Keputusan Pembelian. Berikut hasil pra penelitian yang dilakukan pada Charles & Keith.



Gambar 1. 1
Pra Penelitian Produk Charles & Keith

Pada data yang ditunjukkan di gambar 1.1 dapat kita lihat pra penelitian menunjukkan bahwa faktor konsumen yang paling mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk sebesar 62,2%, harga sebesar 10,8%, citra merek sebesar 18,9%, promosi sebesar 8,1%, Pra penelitian dilakukan di Charles & Keith menggunakan sebanyak 35 responden. Maka peneliti menentukan bahwa Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek mempunyai pengaruh besar terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah proses dari penyelesaian masalah dari mulai menganalisa kebutuhan, keinginan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, sehingga akan mencapai ketahap keputusan pembelian. Hal ini dilakukan perusahaan untuk mengungguli dari para pesaingnya demi meningkatkan keputusan pembelian.

Faktor pertama yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Kualitas Produk, Menurut Kotler dan Keller (2016:138) kualitas produk adalah fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang dinilai kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang dinyatakan atau secara tersirat. Produk Charles & Keith terkenal brand dengan kualitas produknya. Tas Charles & Keith terbuat dari bahan berkualitas tinggi seperti *PU Leather (polyurethane)* yaitu bahan yang dikenal memiliki daya tahan dan kualitas terbaik dengan harganya yang juga murah untuk bahan kulit sintesis. Tas Charles & Keith juga mempunyai jahitan yang kuat dan resleting yang terbuat dari bahan metal sehingga Charles & Keith memiliki daya tahan yang tinggi (awet) pada produknya, Charles & Keith juga memiliki kelebihan seperti model tas yang beragam mulai dari tas untuk pergi ke pesta, atau tas untuk *hang-out* dan jenis tas yang bisa dipakai semua kalangan dengan model yang simple dan elegant. Berdasarkan pra penelitian yang dilakukan terhadap konsumen menyatakan bahwa kualitas produk Charles & Keith memiliki kekurangan seperti beberapa pilihan model yang kurang banyak pilihan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cornelia Dumarya Manik (2019) Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan penelitian Farisa Hasna Nadiya (2019) Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Faktor kedua yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Harga. Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya yang menghasilkan biaya. Atribut harga meliputi daftar harga, diskon,

potongan harga khusus, periode pembayaran dan syarat kredit (Kotler dan Keller 2016:483). Charles & Keith mengadakan promo di waktu tertentu seperti *long weekend*. atau saat *End of Season* agar pengunjung tertarik untuk membeli, Harga yang diberikan Charles & Keith cukup terjangkau untuk kelas menengah dibanding pesaingnya yang juga sama-sama menawarkan produk sejenis dengan menawarkan harga yang relative tinggi. Berdasarkan hasil pra penelitian yang dilakukan, harga Charles & Keith yang terdapat di toko offline berbeda dengan harga yang ada di toko online dan Charles & Keith tidak terlalu sering mengadakan promo di toko online. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Aditya Hangga Supangkat (2019) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Sweetly Jane Mongsidi (2019) harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Faktor ketiga yang mempengaruhi Keputusan Pembelian adalah Citra Merek. Menurut Kotler dan Keller (2016) Citra merek adalah persepsi konsumen tentang suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen. Citra merek merupakan asosiasi yang muncul dalam benak konsumen Ketika mengingat suatu merek tertentu. Charles & Keith memperkuat citra mereknya dengan cara kualitas dan pelayanan yang diberikan. Begitu juga Charles & Keith yang sudah dikenal mendunia hingga Cina dan Malaysia. Charles & Keith juga memperkenalkan produknya ke masyarakat dengan cara mengikuti event saat akhir tahun di berbagai tempat seperti mall di tengah pusat kota Jakarta. Hal ini dilakukan untuk memperkuat citra merek dari produk Charles & Keith dan bisa menjadi daya tarik keputusan

pembelian konsumen terhadap Charles & Keith. Banyak hal-hal yang sudah dilakukan selama masa pandemic dibanding tahun sebelumnya seperti yang sudah dijelaskan diatas untuk menjadi daya tarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Sehingga para karyawan harus konsisten dalam menjaga citra merek yang sudah melekat di benak konsumen. Dari hasil pra penelitian yang dilakukan, pegawai kurang memberikan informasi mengenai produk dan promosi yang ada. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sugeng Widodo (2021) citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan menurut Anggara Tritama (2021) citra merek tidak berhasil mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas dan penelitian sebelumnya maka penulis melakukan penelitian untuk mengetahui apakah Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith. Maka dari itu penulis memilih judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS CHARLES & KEITH DI LIPPO MALL PURI”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri ?.
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri ?.
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri ?.
4. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri ?.

1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN PENELITIAN

1.3.1 Tujuan Penelitian

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

- a. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri.
- b. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri.

- c. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri.
- d. Untuk mengetahui pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi kelulusan Program Strata (S1) oleh mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan berkaitan dengan strategi perusahaan yang berhubungan dengan keputusan pembelian Tas Charles & Keith di Lippo Mall Puri.

c. Bagi Pembaca atau Pihak Lain

Penelitian ini diberikan dapat digunakan sebagai sumber tambahan, masukan dan bahan sebagai referensi untuk penelitian lainnya.