

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan *fashion* di Indonesia dipengaruhi dengan adanya globalisasi, banyak sekali kebudayaan yang masuk ke Indonesia yang dapat menyebabkan terbentuknya gaya hidup tersendiri dikalangan masyarakat, sehingga muncul banyak sekali kelompok-kelompok sosial dalam masyarakat. Dalam perkembangan *fashion* di Indonesia juga makin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. *Fashion* juga berpengaruh dalam gaya hidup sangat erat, karena adanya *fashion* akan menunjang identitas bagi para penggunanya. Karena banyaknya minat konsumen di dunia *fashion* khususnya di pakaian menjadikan peluang usaha untuk para produsen mengembangkan kreatifitasnya.

Salah satu dunia *fashion* adalah busana pria yaitu kemeja sebagai pakaian atasan pria. Salah satu *brand fashion* yang menjual kemeja pria adalah Buon Giorno. Produk Buon Giorno didirikan pada tahun 1998 dan berkembang pesat sampai saat ini. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk dan bentuk potongan baju yang disesuaikan dengan postur tubuh masyarakat Indonesia pada umumnya. Oleh karena itu produk Buon Giorno menjadi salah satu produk yang ikut adil dalam dunia *fashion* di Indonesia khususnya *fashion* pria sehingga dapat meningkatkan minat terhadap produk Buon Giorno dan membuat Keputusan

pembelian. Buon Giorno memiliki 43 cabang outlate di beberapa department store dan Mall-mall besar yang ada di Indonesia salah satunya ada di Matahari deprtement store, Metro department store, Sogo, Sarinah, Lotus, Lotte shopping, dan masih banyak lagi ada juga yang berada di mall-mall di daerah Jakarta seperti di Senayan city, Pondok Indah mall, Bintaro xchange, Puri Indah mall dan masih banyak lagi. Buon Giorno sudah banyak dikenal oleh masyarakat khususnya kalangan menengah (*middle*) hingga kalangan atas (*high end*).

Produk Buon Giorno yang ada di Pondok Indah mall merupakan salah satu cabang yang cukup besar tetapi beberapa bulan ini omset dari Buon Giorno kurang stabil bahkan mengalami penurunan selama 6 bulan terakhir.

Tabel 1.1. Data Penjualan Buon Giorno Selama 6 bulan Terakhir

NO	Bulan	Target	Total Penjualan	presentase
1.	September 2021	Rp. 200.000.000,-	Rp. 175.899.800,-	87%
2.	Oktober 2021	Rp. 200.000.000,-	Rp. 215.035.500,-	107%
3.	November 2021	Rp. 220.000.000,-	Rp. 186.993.100,-	84%
4.	Desember 2021	Rp. 250.000.000,-	Rp. 275.785.700,-	110%
5.	Januari 2022	Rp. 230.000.000,-	Rp. 195.803.000,-	85%
6.	Febuari 2022	Rp. 200.000.000,-	Rp. 165.073.700,-	82%
	Total	Rp. 1.300.000.000,-	Rp. 1.214.590.800,-	93%

(Sumber dari omset Buon Giorno di Pondok Indah Mall)

Table 1.1 di atas menjelaskan bahwa produk Buon Giorno di Pondok Indah Mall selama 6 bulan terakhir dapat dikatakan belum relatife stabil karena baru mendapatkan pencapaian 93% dari target dimana bulan September dan Oktober mengalami kenaikan sedangkan bulan Januari dan febuari mengalami penurunan hal ini menjadikan penelitian apa yang maenyebabkan terjadinya fluktuatif penjualan, produk Buon Giorno melakukan manajemen pemasaran dengan

melakukan pendekatan mempengaruhi perilaku konsumen dalam Keputusan Pembelian yaitu Kualitas Produk, Harga serta Promosi. Dan observasi penelitian ini dilakukan pada produk Buon Giorno dan fenomena keputusan pembeli yang menurun selama 6 bulan.

Dari faktor di atas mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Buon Giorno. Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli adalah kualitas produk. Menurut *Kotler & Keller (2018)* mendefinisikan bahwa kualitas produk adalah fitur dan karakteristik dari produk atau jasa yang dinilai kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen, baik yang dinyatakan atau secara tersirat. Kualitas produk merupakan suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, dimana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk berubah. Produk Buon Giorno sangat mengutamakan kualitas produknya untuk salah satunya dengan memilih bahan utama produk kain yang digunakan menyesuaikan dengan cuaca yang ada di Indonesia dan juga untuk ukuran kemeja produk Buon Giorno menyesuaikan dengan ukuran badan orang Indonesia atau *sizeasia*. Dengan adanya kualitas produk yang baik menjadi salah satu faktor konsumen berkunjung dan berminat untuk membeli produk Buon Giorno. Didukung oleh penelitian *Wiwin Andriani (2019)* menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tetapi sebaliknya, pada penelitian *Aprilli Sugianto (2019)* menyatakan bahwa kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Tidak hanya Kualitas Produk yang menjadikan pertimbangan untuk konsumen membeli sebuah produk harga juga berpengaruh untuk konsumen membeli sebuah produk. Harga memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen untuk membeli. Fenomena yang terjadi terkait harga yaitu melakukan klasifikasi harga untuk semua kalangan, sehingga semua konsumen bisa membeli sesuai dengan kualitas produk yang dimiliki. Setiap konsumen membutuhkan lebih banyak bentuk diskon atau potongan harga dengan harga murah. Semakin terjangkau harga suatu produk maka konsumen akan semakin tertarik dan melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang bersangkutan *Hasan (2017:258)*.

Tabel 1.2. Produk dan harga yang di Jual Oleh Buon Giorno dan Pesaing

NO	Merek	Produk yang Dijual	Harga
1	Buon Giorno	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja Reguler -Kemeja <i>Body Fit</i> -Kemeja <i>Slim Fit</i> -Kemeja Lengan Pendek -Kemeja Lengan Panjang	-Rp.399.900-Rp.799.900 -Rp.449.900-Rp.899.900 -Rp.549.900-Rp.999.900 -Rp.449.900-Rp.799.900 -Rp.399.900-Rp.699.900 -Rp.399.900-Rp.799.900 -Rp.549.900-Rp.999.900
2	Arrow	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja Reguler -Kemeja <i>Body Fit</i> -Kemeja Lengan Pendek - Kemeja lengan Panjang	-Rp.379.000-Rp.579.000 -Rp.479.000-Rp.679.000 -Rp.479.000-Rp.779.000 -Rp.379.000-Rp.579.000 -Rp.379.000-Rp.679.000 -Rp.479.000-Rp.779.000
3	Van Hausen	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja Reguler -Kemeja <i>Body Fit</i> -Kemeja Lengan Pendek -Kemeja Lengan Panjang	-Rp.399.000-Rp.599.000 -Rp.299.000-Rp.499.000 -Rp.399.000-Rp.699.000 -Rp.399.000-Rp.599.000 -Rp.399.000-Rp.599.000 -Rp.499.000-Rp.699.000

4	Manhattan	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja Reguler -Kemeja Lengan Pendek	-Rp.329.000-Rp.529.000 -Rp.429.000-Rp.629.000 -Rp.429.000-Rp.629.000 -Rp.329.000-Rp.529.000
5	Kent	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja <i>Slim Fit</i> -Kemeja <i>Body Fit</i> -Kemeja Lengan Pendek -Kemeja Lengan Panjang	-Rp.299.000-Rp.399.000 - Rp.299.000-Rp.499.000 -Rp.199.000-Rp.399.000 -Rp.299.000-Rp.399.000 -Rp.299.000-Rp.399.000 -Rp.299.000-Rp.499.000
6	Tootal	-Kemeja Polos -Kemeja Motif -Kemeja Reguler -Kemeja <i>Body Fit</i> -Kemeja Lengan Pendek -Kemeja Lengan Panjang	-Rp.349.000-Rp.549.000 -Rp.349.000-Rp.749.000 -Rp.449.000-Rp.749.000 -Rp.349.000-Rp.649.000 -Rp.349.000Rp.649.000 - Rp.449.000-Rp.749.000

(Sumber data yang diolah peneliti)

Harga dari produk Buon Giorno yang beragam mulai dari hari Rp. 399.900,- sampai dengan Rp. 999.000,- cukup mahal dibandingkan dengan produk merek lain, dikarenakan adanya keluhan dari konsumen mengenai harga yang cukup mahal dibandingkan merek lainnya yang berada di Pondok Indah Mall oleh sebab itu harga salah satu faktor permasalahan untuk produk Boun Giorno dalam keputusan pembelian konsumen,

Harga merupakan sebuah bahan pertimbangan yang penting dalam membeli sebuah produk karena harga merupakan salah satu faktor penentu baik dalam memunculkan minat beli maupun keputusan membeli konsumen. Konsumen mencari tahu harga yang ditetapkan oleh Buon Giorno sebelum membeli produknya karena harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan menghasilkan biaya. Didukung oleh penelitian Rosalina Rosny

Riberu (2021) menyatakan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian. Tetapi sebaliknya, pada penelitian Aprilli Sugianto (2019) menyatakan bahwa harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor Promosi, tidak hanya Kualitas Produk dan Harga tetapi promosi juga tidak kalah penting yang dilakukan dalam *fashion* kemeja pria pesaing yang semakin ketat menyebabkan pesaing mengembangkan banyak strategi baru. Salah satu strateginya adalah promosi, Promosi merupakan alat yang penting untuk menarik sasaran konsumen untuk mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan. Fenomena yang bisa diambil terkait dengan promosi pada produk Buon Giorno kurangnya pendekatan kepada konsumen melalui media sosial seperti contohnya kurangnya aktif di *instagram*, *facebook* dan *website* yang menyebabkan konsumen yang tidak sering datang ke outlet Buon Giorno tidak promo yang ada di outlet Buon Giorno.

Menurut Kotler & Amstrong (2018) Promosi adalah aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan untuk membeli produk itu dan segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (to inform), Membujuk (to persuade), Dan mengingatkan (to remind) pasar sasaran tentang produk yang dihasilkan organisasi. Individu ataupun rumah tangga dan bertujuan untuk menstimulasi permintaan pasar sasaran.

Promosi yang beragam bisa menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian terhadap produk tersebut. Produk Buon Giorno mempunyai promosi dengan berbagai event seperti hanya event hari-hari besar keagamaan dan negara diantaranya natal, lebaran, imlek dan kemerdekaan indonesia tidak hanya event

hari-hari besar ada juga event *Big Sale* yang dilaksanakan satu bulan penuh dalam kurun waktu 2 kali dalam satu tahun. Didukung oleh penelitian Wiwin Andriani (2019) menyatakan bahwa promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Tetapi sebaliknya, pada penelitian Aprilli Sugianto (2019) menyatakan bahwa promosi tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Untuk lebih menyakinkan adanya fenomena-fenomena di atas peneliti melakukan pra survey yang dilakukan pada 30 responden menyatakan bahwa konsumen yang berkunjung ke Outlate Boun Giorno dikarenakan Kualitas Produk 20%, Harga 15%, Promosi 17%, Lokasi 25%, dan Kualitas Pelayanan 23%.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK BUON GIORNO DI PONDOK INDAH MALL.**

B. Perumusan Masalah

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

1. Apakah Kualitas Produk, Harga dan Promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall ?
2. Apakah Kualitas Produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumendalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall ?

3. Apakah Harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall ?
4. Apakah Promosi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall ?

C. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall.
4. Untuk mengetahui pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kemeja Buon Giorno di Pondok Indah Mall.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai teori tentang pemasaran produk di antaranya kualitas produk, harga dan promosi mempengaruhi dalam keputusan pembelian konsumen pada produk kemeja merek BUON GIORNO (Studi khusus di Pondok Indah Mall)

b. Manfaat Pratis

1. Bagi Perusahaan, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam mengembangkan Pemasaran produk di masa yang akan datang.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahanreferensi dan literatur untuk melakukan penelitian selanjutnya yang memiliki variabel yang terkait dengan bidang ini.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai topik in

