

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini persaingan bisnis semakin ketat karena setiap perusahaan ingin memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumennya. Perusahaan berusaha memenuhi keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah seiring dengan perkembangan zaman. Zaman secara tidak langsung menuntut kita untuk mengikuti perkembangan yang ada. Kebutuhan manusia yang tidak terbatas membuat kita untuk berfikir bagaimana cara untuk menyelesaikan permasalahan ini dengan memenuhi berbagai macam kebutuhan manusia tersebut. Salah satunya adalah kebutuhan pokok akan sandang dan pakaian untuk kehidupan sehari-hari. Pakaian atau busana yang dibutuhkan akan sangat beragam sesuai dengan aktivitas sehari-hari yang dilakukan. Seiring dengan perkembangan *trend* berbusana yang semakin bervariasi sekarang ini sedang menjamur *trend* berhijab.

Indonesia adalah salah satu negara yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam yang tidak asing lagi dengan busana muslim. Busana muslim adalah model pakaian yang disesuaikan dengan aturan kehidupan penganut agama Islam. Model baju yang tertutup dan serba panjang menjadi ciri khasnya. Untuk wanita, busana muslim menutupi bagian tubuh seperti rambut, leher, tangan dan kaki. Sedangkan bagi laki-laki batas aurat yang harus ditutupi yaitu dari pusat hingga ketulutan.

Banyak kaum wanita yang awalnya tidak memiliki informasi dan pengetahuan mengenai wajibnya menggunakan hijab, selain itu pada awalnya kaum wanita di Indonesia kurang tertarik untuk menggunakan hijab karena pada zaman dahulu hijab dipakai dengan gaya yang monoton atau biasa pada umumnya, berjilbab dianggap kurang modis dan kurang menarik, namun seiring berjalannya waktu, saat ini pandangan wanita berhijab di Indonesia sudah banyak kita lihat. Busana muslim dan hijab saat ini selain sebagai sarana kebutuhan untuk menutup aurat juga sudah menjadi *trend fashion* yang terus mengalami perkembangan. Sudah banyak kreasi hijab untuk menunjang penampilan wanita muslim agar terlihat menarik dan rapi dengan berhijab.

Busana muslim dan hijab semakin berkembang dan bervariasi mengikuti perkembangan *trend* yang ada. Perkembangan *trend* yang ada akan meningkatkan persaingan antar toko sehingga banyak toko yang bermunculan untuk berlomba-lomba membuat berbagai produk dengan berbagai macam keunggulan dan kelebihan masing-masing. Banyaknya model hijab dan busana muslim yang berkembang membuat para konsumen lebih *detail* memilih berbagai macam jenis, bentuk, dan merek. Konsumen akan memilih produk yang berkualitas dan bermerek untuk menunjang penampilan. Semakin besarnya keberhasilan suatu citra merek yang tertanam dalam benak konsumen, menjadikan konsumen tersebut melakukan keputusan pembelian atas suatu produk tersebut hal ini berdampak positif terhadap laba yang didapatkan perusahaan yang memiliki *brand image* terhadap produk tersebut.

Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara actual melakukan pembelian produk (Kotler dan Amstrong, 2008). Keputusan konsumen merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang di anggap sebagai solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut (Fahmi, 2016 : 57). Bagi konsumen harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah dari kombinasi dan barang beserta pelayanan dari suatu produk. Bagi perusahaan penetapan harga merupakan cara untuk membedakan penawaran dari para pesaing (Hasan, 2014 : 521).

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian, semakin tinggi harganya maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya, jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Dimana harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan Karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan. Perkembangan busana muslim dan berhijab dengan merek yang beragam ini menjadi peluang yang baik bagi para pengusaha busana muslim salah satunya adalah Ranti.

Ranti merupakan salah satu *brand* busana muslim di bawah naungan PT. Citra Busana Indonesia dan sudah berdiri selama 29 tahun. PT. Citra Busana Indonesia berlokasi di jalan Raya Hankam Nomor 12 Pondok Gede, Bekasi, Indonesia, dan sudah mempunyai 25 outlet diseluruh Indonesia. Salah satunya ada di kota Palembang yang dibuka pada tahun 2015 berlokasi di Jl. Sumpah Pemuda Lorok Pakjo Blok I No 10 B Kampus Palembang Sumatera Selatan. Produk Ranti memiliki ciri khas aplikasi, organdi, sutera, bordiran, serta payet

untuk setiap busananya. Ranti selalu menjaga eksistensi dan mengedepankan kualitas serta sumber daya yang profesional dalam mewujudkan kepuasan konsumen. Ranti selalu menawarkan berbagai produk busana muslim untuk pria, wanita dan anak-anak serta perlengkapan hijab dan perlengkapan haji dengan harga yang berkisar dari Rp 200.000 – Rp 4.000.000/pcs. Berikut dapat kita lihat jumlah quantity produk Ranti yang terjual dari bulan Januari-April 2017.

Tabel 1.1

Penjualan produk Ranti Palembang 2017

NO	BULAN	PAKAIAN	ACCESORIS	PERLENGKAPAN SHOLAT	TOTAL
1.	Januari	91 pcs	122 pcs	20 pcs	233 pcs
2.	Februari	169 pcs	221 pcs	25 pcs	415 pcs
3.	Maret	166 pcs	159 pcs	42 pcs	367 pcs
4.	April	107 pcs	167 pcs	41 pcs	315 pcs

Sumber : Ranti Palembang

Dari data di atas dapat kita lihat bahwa jumlah quantity per bulannya tidak sama hal ini bisa saja disebabkan oleh *brand* Ranti yang belum familiar di masyarakat kota Palembang sehingga membuat Ranti menggunakan berbagai macam strategi dalam menjual produknya dengan memberikan berbagai macam promo menarik kepada *customer* terutama kepada customer member Ranti, promo yang ditawarkan seperti promo *discount* sehingga menarik perhatian para *customer* untuk melakukan pembelian. Walaupun terdapat promo *discount*, namun

Ranti tetap selalu memberikan kualitas dan pelayanan terbaik untuk para *customer*.

Dengan berbagai macam kebutuhan dan keinginan customer dalam memilih busana muslim pada akhirnya menjadi pusat perhatian bagi para pengusaha busana muslim untuk lebih kreatif dalam menciptakan sebuah busana muslim. Seperti halnya para pesaing yang cukup dikenal oleh masyarakat yaitu Ria Miranda, Kamiidea, Shafira, Zoya, Rabbani, dan lain sebagainya yang menawarkan produk yang sama serta harga yang cukup terjangkau.

Para *customer* akan memilih toko busana muslim yang mempunyai merek terpercaya dan dapat di andalkan baik dari keragaman produk maupun kualitasnya karena dengan memakai produk tersebut konsumen akan merasa percaya diri. Selain itu dengan beragam produk yang dimiliki suatu toko busana muslim, kebutuhan konsumen akan merasa terpenuhi dan melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya (Setiadi, 2003 : 57). Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim Ranti Palembang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Semakin banyaknya kebutuhan yang harus dipenuhi dan juga semakin banyaknya produk sejenis yang ditawarkan oleh perusahaan, membuat konsumen

merasa kesulitan dalam menentukan pilihannya. Konsumen akan cenderung memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya, serta akan memilih produk yang memberikan manfaat dan juga kepuasan yang paling besar bagi mereka dalam pembelian ini.

1. Bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?
3. Bagaimana pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan topik permasalahan yang dikemukakan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian busana muslim Ranti di Kota Palembang?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menambah wawasan dan memperkaya literatur dalam bidang manajemen pemasaran dan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk peneliti-peneliti berikutnya.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan di bidang manajemen pemasaran terutama yang berkaitan dengan *brand image* dan harga dalam pengambilan keputusan konsumen.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada produsen terkait mengenai *brand image* dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.5 Sistematika Penelitian

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dikemukakan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini akan dikemukakan studi keputusan yang berkaitan dengan penelitian dan *review* penelitian terdahulu yang berhubungan dengan permasalahan yang ada dalam penelitian ini dan konsep yang akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan masalah dan pemecahannya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang variabel penelitian dan definisi variabel operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai hasil penelitian dan analisis/ pembahasan dari penelitian yang dilakukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dikemukakan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN