

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin ketat. Berbagai macam style baru bermunculan mengikuti arus kebutuhan persaingan pasar. Semakin meningkatnya persaingan antara produk sejenis, maka perusahaan saling bersaing merebutkan konsumen. Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan yang akan sukses dalam persaingan.¹ Salah satu bisnis yang menjanjikan saat ini adalah di bidang fashion. Dari kejadian tersebut banyak peluang bisnis yang dapat diambil oleh para produsen untuk membuat model baru dengan inovasi-inovasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Perusahaan tidak dapat bertahan hidup tanpa pelanggan. Cara untuk menarik pelanggan, perusahaan harus memberikan barang atau jasa yang diperlukan dengan harga yang pantas. Perusahaan juga harus meyakinkan bahwa produk yang dihasilkan cukup berkualitas sehingga pelanggan puas. Apabila perusahaan tidak dapat memberikan barang atau jasa yang berkualitas dengan harga yang pantas, pelanggan akan beralih ke perusahaan pesaing.² Seperti di toko Phy Shop Jilbab yang menawarkan barang dengan bandrol harga terjangkau sesuai untuk kalangan anak muda hingga dewasa sehingga konsumen merasa puas dan memberikan nilai positif pada pengusaha.

Menentukan harga dalam bidang usaha merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi pelanggan dalam mengambil

¹ Endang Tjahjaningsih dan Maurine Yuliani, “Analisis Kualitas Produk dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Loyalitas Merek HP Nokia” Jurnal Telaah Manajemen, Vol. 6 No. 2, (2009): 105, <https://www.unisbank.ac.id/>.

² Jeff Madura, *Pengantar Bisnis Edisi Pertama* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 5.

keputusan untuk membeli suatu produk karena berbagai alasan. Sisi lain harga merupakan suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai apabila harga tersebut dibandingkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.³

Varian adalah strategi perusahaan dengan menganekaragaman produknya dengan tujuan agar konsumen mendapat produk yang diinginkan dan dibutuhkannya. Varian produk akan dikembangkan secara terus-menerus untuk mencapai profitabilitas tertentu tanpa ada ketergantungan pada satu macam produk.⁴ Varian produk akan berpengaruh positif secara langsung terhadap minat beli konsumen, bahwa semakin tinggi varian produk yang ada maka akan semakin tinggi minat beli konsumen. Begitu sebaliknya, semakin rendah atau sedikitnya varian produk yang ada maka semakin rendah pula minat beli konsumen.⁵ Pemilik dari toko Phy Shop Jilbab berupaya menarik konsumen dengan menawarkan mulai dari rok, celana, jilbab, gamis, jaket, sweater dengan model yang sedang ramai dicari konsumen.

Sekarang ini konsumen penggemar fashion memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari suatu produk tersebut. Melainkan konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum

³ Christy Jacklin Gerung, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado*, Jurnal EMBA, Vol. 5 No. 2, (2017), 2223, <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16521>.

⁴ Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Jogjakarta: BPFE, 1997), 188.

⁵ Isti Faradisa, "Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Indonesian Coffeshop Semarang (ICOS CAFE)", Jurnal of Management, Vol.2 No.2, (2016), 9, <https://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/517>.

melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu pengusaha dibidang fashion sekarang ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Perusahaan dapat memberikan atau menawarkan bahan yang berkualitas, maka perusahaan akan dapat menciptakan kepuasan konsumen. Seorang pelanggan akan merasa puas biasanya dikarenakan adanya pengalaman melakukan pembelian terhadap suatu produk yang digunakan. Kualitas produk memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dan membentuk pelanggan untuk loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan ungkapan perasaan seorang pelanggan yang digambarkan setelah membandingkan apa yang diharapkan dengan apa yang ditawarkan perusahaan.⁶

Konsumen merupakan individu ataupun kelompok, yang memiliki peran yang berbeda dalam perilaku konsumen. Mereka dapat berperan sebagai *initiator*, *influencer*, *decider*, *buyer*, *payer* atau *user*. *Initiator* merupakan orang yang pertama kali menyarankan membeli suatu produk atau jasa tertentu. *Influencer* merupakan orang yang pandangan/nasihatnya memberi bobot dalam pengambilan keputusan akhir. *Desider* merupakan orang yang sangat menentukan sebagian/keseluruhan keputusan pembelian, apakah membeli, apa yang dibeli, kapan hendak membeli, bagaimana cara membeli, dan dimana akan membeli. *Buyer* merupakan orang yang melakukan

⁶ Dita Putri Anggraeni, dkk, *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 37 No. 1, (2016), 173, <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1445>.

pembelian nyata. *Payer* atau *user* merupakan orang yang mengonsumsi atau menggunakan produk atau jasa.⁷

Dalam ekonomi islam kepuasan konsumsi seorang muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakannya. Ayat Al-Qur'an yang memberi petunjuk bagaimana sebaiknya seorang muslim membelanjakan hartanya sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ

ذَٰلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: Dan orang-orang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) diantara tengah-tengah yang demikian. (Q.S Al-Furqaan: 67).⁸

Yakni mereka tidak menghambur-hamburkan hartanya dalam berinfak lebih dari apa yang diperlukan, tidak pula kikir terhadap keluarganya yang berakibat mengurangi hak keluarga dan kebutuhan keluarga tidak tercukupi. Tetapi mereka membelanjakan hartanya dengan pembelanjaan yang seimbang dan selektif serta pertengahan. Sebaik-baik perkara ialah yang dilakukan secara pertengahan, yakni tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir.

Selain itu juga pada Q.S Al-israa ayat 26 sebagai berikut :

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾

Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 1995), 20.

⁸ Al-Qur'an Surah Al-Furqaan ayat 67, *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemahannya*, (Surabaya: Halim Publishing & Distributing, 2013), 365.

menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (.S Al-Israa: 26).⁹

Pada ayat di atas, Allah memerintahkan kepada kaum Muslim agar memenuhi hak keluarga dekat, orang-orang miskin, dan orang-orang yang ada dalam perjalanan. Hak yang harus dipenuhi itu ialah mempererat tali persaudaraan dan hubungan kasih sayang, mengunjungi rumahnya dan bersikap sopan santun, serta membantu meringankan penderitaan yang mereka alami. Sekiranya ada di antara keluarga dekat, ataupun orang-orang miskin dan orang-orang yang dalam perjalanan itu memerlukan biaya untuk keperluan hidupnya makan hendaklah diberi bantuan secukupnya untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pada akhir ayat, Allah melarang kaum Muslimin bersikap boros yaitu membelanjakan harta tanpa perhitungan yang cermat sehingga menjadi mubadzir. Larangan ini bertujuan agar kaum Muslimin mengatur pengeluarannya dengan perhitungan yang secermat-cermatnya, agar apa yang dibelanjakan sesuai dengan keperluan dan pendapatan mereka. Kaum Muslimin juga tidak boleh menginfakkan harta kepada orang-orang yang tidak berhak menerimanya, atau memberikan harta melebihi dari yang seharusnya.

Berikut ini jumlah konsumen yang membeli produk pada toko Phy Shop Jilbab Kudus selama bulan Januari sampai Juli 2019 yaitu:

Tabel 1.1
Jumlah konsumen yang membeli produk
Phy Shop Jilbab Kudus

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	62
2	Februari	135
3	Maret	43
4	April	58

⁹ Al-Qur'an Surah Al-Israa ayat 26, *Al-Qur'an Al-karim dan Terjemahannya*, 285.

5	Mei	126
6	Juni	52
7	Juli	38
Jumlah		514

Sumber data: arsip Phy Shop Jilbab Kudus, 2019

Berdasarkan tabel diatas, jumlah konsumen di Phy Shop Jilbab Kudus mengalami naik turun. Ada beberapa kemungkinan yang menyebabkan jumlah konsumen menurun, antara lain model produk kurang beragam, warna yang kurang sesuai dengan selera konsumen saat ini, selain itu juga beberapa kualitas bahan yang kurang sesuai dengan selera konsumen juga stok terbatas Jilbab maupun pakaian yang diinginkan konsumen sehingga mereka perlu menunggu toko memperbarui barang baru untuk memperolehnya. Bukan hanya itu juga kemungkinan besar, varian produk yang dibuat oleh Phy Shop Jilbab Kudus tersebut. Hal tersebut juga menyebabkan konsumen kurang puas dengan produk yang ditawarkan pada toko Phy Shop Jilbab Kudus.¹⁰

Berdasarkan permasalahan diatas maka dilakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Harga, Varian Produk dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Phy Shop Jilbab di Kudus”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan untuk penelitian ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus?
2. Apakah varian produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus?

¹⁰ Transkrip data arsip Penjualan Phy Shop Jilbab Kudus bulan Januari – Juli 2019

4. Apakah harga, varian produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh varian produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko Phy Shop Jilbab Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain adalah :

1. **Manfaat Teoritis**
Hasil dari penelian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, wawasan serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk penelitian yang sejenis. Serta diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh harga, varian produk dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.
2. **Manfaat Praktis**
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan serta bahan pengembangan oleh pihak Physhop Jilbab Kudus sebagai sumber informasi perihal faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti harga, varian produk dan kualitas produk guna memenuhi kriteria kepuasan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penempatan unsur-unsur permasalahan dan urutannya didalam skripsi, sehingga membentuk satu kesatuan karangan ilmiah yang tersusun rapi dan logis. Sistematika ini digunakan sebagai gambaran yang akan menjadi pembahasan dan penelitian, sehingga memudahkan bagi pembaca maka disusun sistematika sebagai berikut:

1. Bagian awal

Bagian awal terdiri dari halaman judul, halaman persujuan pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi, dan daftar lampiran.

2. Bagian isi

Padabagian ini memuat garis besar yang terdiri atas lima bab, antara lain bab bagian 1 dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh. Kelima bab itu adalah sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Landasan Teori

Bab ini berisi tentang teori harga, varian produk, kualitas produk, kepuasan konsumen, penelitian terdahulu, kerangka berfikir serta hipotesis.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang jenis pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, tata variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabelitas instrumen, uji asumsi klasik, dan uji statistik.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan
Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : Penutup
Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat hidup penulis dan lampiran-lampiran.

