

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia fashion seakan tidak pernah berhenti memunculkan trend busana baru tiap tahunnya. Meski telah banyak model baru yang selalu bermunculan di dunia fashion, salah satu yang tetap menjadi pilihan banyak kalangan adalah celana jeans. Celana jeans merupakan lifestyle di kalangan muda atau orang yang berjiwa muda yang tidak lekang oleh waktu. Dalam persaingan bisnis yang sangat kompetitif seperti pada saat ini, pemasar perlu mengetahui kepribadian konsumen karena akan mempengaruhi gaya konsumen mengonsumsi suatu produk atau jasa, apalagi saat ini konsumen di seluruh dunia di ekspos oleh berbagai macam produk dari seluruh dunia dengan beragam kualitas dan harga, akibat dari adanya perdagangan.

Kebutuhan konsumen akan suatu produk atau jasa yang sama dapat dipenuhi oleh berbagai macam variasi produk sejenis tetapi dengan merek berbeda. Dari kondisi inilah para pelaku bisnis pada bidang yang sama bisa menciptakan suatu produk yang sejenis, akan tetapi dengan keunggulan masing-masing, sehingga alternatif produk yang sejenis yang ditemukan dipasaran beragam jenisnya. Hal ini perlu diingat bagi para pelaku bisnis yang sejenis ini haruslah mempunyai strategi yang dapat diterapkan supaya produknya bisa memenangkan persaingan. Salah satu strategi yang bisa digunakan adalah dengan pemberian merek. Dengan adanya merek juga akan lebih memudahkan para konsumen untuk mengingat suatu produk jika konsumen melakukan pembelian ulang.

Salah satu sektor yang mengalami peningkatan adalah perkembangan bisnis pakaian diberbagai negara. Dengan adanya perkembangan bisnis pakaian tentunya akan menyebabkan variasi produk yang ditawarkan dipasaran, banyaknya variasi produk yang ada membuat konsumen harus selektif dalam memilih suatu produk atau jasa. Kemudian konsumen akan mulai melihat suatu merek apa yang paling mampu memenuhi kebutuhannya sehingga kemudian akan sampai pada tahap dimana seorang konsumen memilih untuk mengonsumsi suatu produk tidak hanya berdasarkan fungsi dasarnya (*primary demand*) saja, tetapi hal ini berkembang menjadi keinginan sekunder (*secondary demand*) yaitu keinginan untuk mengonsumsi suatu produk dengan merek tertentu yang dapat memenuhi kebutuhannya. Salah satu produk dari celana jeans adalah celana jeans dengan merek LEVI'S yang sudah cukup dikenal oleh konsumen di Indonesia

Ketika diluncurkan pertama kali di Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1853 oleh Levi's Strauss. Mengingat pentingnya memenuhi keinginan konsumen salah satu upaya yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga mereknya yaitu selalu menjaga kualitas ataupun mutu agar selalu dapat diterima

sesuai dengan keinginan konsumen selain itu juga produk Levi's terus berusaha agar tetap unggul di antara para pesaingnya yang menawarkan produk sejenis. Selain itu hal yang bisa dilakukan perusahaan harus selalu menciptakan keunggulan-keunggulan yang bisa memenuhi bahkan bisa melebihi persepsi konsumen terhadap produk Levi's supaya diharapkan konsumen dapat menilai bahwa produk celana jeans ini dapat memenuhi kebutuhan mereka dan di kemudian hari akan lebih memilih menggunakan produk celana jeans dengan merek Levi's daripada produk dengan merek yang lain.

Sesuai dengan hal yang telah dijabarkan diatas bahwa pentingnya menjaga kualitas produknya sehingga Levi's dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar kepuasan konsumen meningkat. Pihak Levi's perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan dan penyediaan fasilitas yang diberikan. Selain bicara kualitas produk maka aspek yang perlu diperhatikan adalah harga. Harga sendiri menjadi faktor penentu untuk memberikan keputusan untuk membeli atau tidak setelah mendapatkan apa yang diinginkan konsumen dari kualitas produk tersebut.

Sementara di Indonesia fenomena Levi's juga menjadi fenomena tersendiri. Para peminat Levi's semakin bertambah karena dengan merek ini selalu menjamin kualitas yang diberikan kepada konsumen. Hal ini dapat dilihat dari data *Top Brand* dari berbagai merek celana jeans.

Tabel 1.1 Data *Top Brand* Celana Jeans di Indonesia

Periode	Levi's	Lea	Nevada	Lois	Logo	Lainnya
2017	31,2%	17,4%	3,7%	10,3%	3,8%	33,6%
2018	35,5%	19,1%	8,7%	8,6%	8,3%	19,8%
2019	33,6%	20,1%	10,6%	10,1%	9,3%	16,35%

Sumber: Irawan (2019)

Berdasarkan tabel *Top Brand* 1.1 diatas dari tahun 2017 sampai 2019 levi's mengalami fluktuatif dalam permintaan walaupun levi's tetap nomor satu. Hal ini disebabkan karena banyak kompetitor lain yang mempunyai kualitas yang sama dengan levi's tetapi harganya lebih terjangkau, maka dari itu konsumen beralih pada kompetitor lain tersebut. Hasil pra survey yang dilakukan dengan menggunakan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mengalami penurunan sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

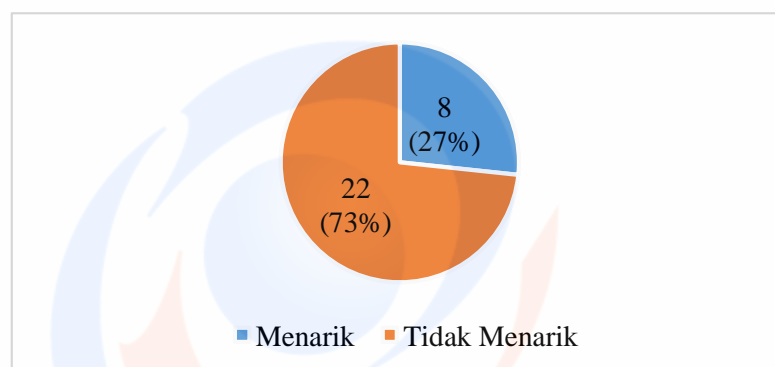
Dari tahun 2017 sampai tahun 2018 mengalami kenaikan. Hal ini disebabkan levi's menggunakan metode baru dalam mengelola produknya dengan menggunakan teknologi laser untuk mempercepat proses pembuatan, metode ini membuat mempercepat pembuatan jeans dengan warna pudar, using dan robek,

yang dimana banyak diminati kosumen, metode ini memungkinkan perusahaan memrouksi beberapa jenis jeans dalam jumlah besar, menyesuaikan hasil akhir dengan permintaan pembeli dengan cepat. Di tahun 2019 levi's mengalami penurunan. Hal ini disebabkan harga dan model terbaru celana levi's semakin meningkat yang hanya bisa dicapai oleh kalangan ekonomi menengah keatas, sedangkan konsumen dengan ekonomi menengah kebawah beralih ke produk lain yang sejenis dengan harga murah dan kualitasnya hampir sama dengan celana levi's.

Tabel 1.2 Perbandingan Harga Produk Celana Jeans

Brand	Jenis Produk	Harga
Levi's	Slim Taper Fit jeans	Rp. 1.199.900
Lea	Jeans premium series original slim	Rp. 627.000
Nevada	Bombboogie slimfit series	Rp. 399.900
Lois	Slimfit Stech	Rp. 489.500
Logo	Skinny Mid Waits	Rp. 549.900

Beberapa merek jeans yang berada di pasar indonesia seperti tabel 1.2 sudah pasti memiliki kesan yang berbeda di benak masing-masing kosumennya, karena setiap kosumen memiliki asumsi yang berbeda dalam menilai sebuah merek. Ada perselisihan harga dari setiap jeans yang dijual, terlihat bahwa levi's lebih mahal dari pada merek jeans lain. Hal tersebut disebabkan karena levi's menggunakan kulit asli dan jaitannya yang rapih.



Sumber: Dioleh oleh peneliti, 2019

1.1 Hasil Pra Survey Desain Celana Levi's

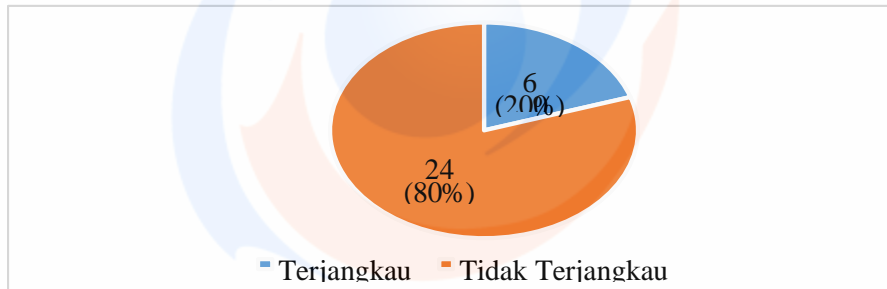
Berdasarkan diagram pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 22 orang (73,3%) merasa desain celana levi's yang ditawarkan sangat tidak menarik perhatian responden sehingga membuat responden tidak tertarik untuk melakukan pembelian. Ini terjadi karena desain yang diberikan celana levi's berbeda dengan kompetitor lainnya. Desain yang tidak mewah membuat responden sangat tidak tertarik. Selain desain, bahan celana levi's ini juga kurang disukai konsumen. Bahannya kurang halus dan mudah luntur. Responden merasa desain yang biasa saja akan membuat mereka menjadi kurang percaya diri ketika menggunakannya. Desain yang dikeluarkan celana levi's ini sangat berpengaruh dengan penjualannya. Semakin tidak bagus desain yang diberikan, responden akan merasa tidak tertarik untuk membelinya.



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

1.2 Hasil Pra Survey kompetensi dan profesional yang dimiliki karyawan levi's dalam melayani pelanggan Celana LEVI'S

Berdasarkan diagram pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 21 orang (70%) merasa karyawan levi's tidak memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan. Responden merasa diperlakukan dengan kurang baik dan ramah ketika mengunjungi store levi's. Karyawan tidak memberikan salam ketika masuk dan keluar store. Karyawan juga menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pengunjung. Karyawan tidak selalu merekomendasikan produk terbaru di store levi's. Responden merasa kurang senang akan service yang diberikan oleh karyawan dan membuat responden tidak melakukan pembelian celana levi's karena responden merasa sangat tidak dihargai dan tidak diperhatikan ketika berkunjung ke store.



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

Hasil Pra Survey Desain Celana Levi's

Berdasarkan diagram pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 22 orang (73,3%) merasa desain celana levi's yang ditawarkan sangat tidak menarik perhatian responden sehingga membuat responden tidak tertarik untuk melakukan pembelian. Ini terjadi karena desain yang diberikan celana levi's berbeda dengan kompetitor lainnya. Desain yang tidak mewah membuat responden sangat tidak tertarik. Selain desain, bahan celana levi's ini juga kurang disukai konsumen. Bahannya kurang halus dan mudah luntur. Responden merasa desain yang biasa saja akan membuat mereka menjadi kurang percaya diri ketika menggunakannya. Desain yang dikeluarkan celana levi's ini sangat berpengaruh dengan penjualannya. Semakin tidak bagus desain yang diberikan, responden akan merasa tidak tertarik untuk membelinya.

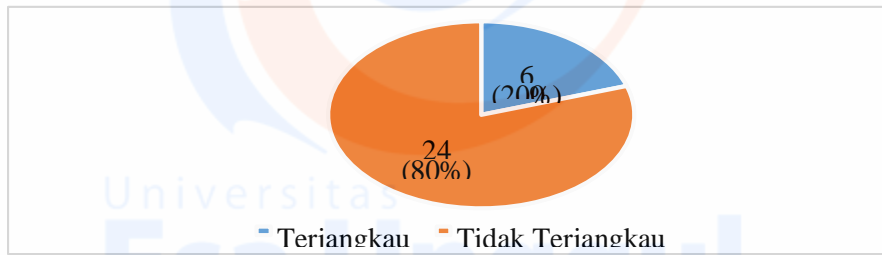


Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

1.2 Hasil Pra Survey kompetensi dan profesional yang dimiliki karyawan levi's dalam melayani pelanggan Celana LEVI'S

Berdasarkan diagram pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 21 orang (70%) merasa karyawan levi's tidak memiliki kompetensi dan profesional dalam melayani pelanggan. Responden merasa diperlakukan dengan kurang baik dan ramah ketika mengunjungi store levi's. Karyawan tidak memberikan salam ketika masuk dan keluar store. Karyawan juga menjawab pertanyaan yang diberikan oleh pengunjung. Karyawan tidak selalu merekomendasikan produk terbaru di store levi's. Responden merasa kurang senang akan service yang diberikan oleh karyawan dan membuat responden tidak

melakukan pembelian celana levi's karena responden merasa sangat tidak dihargai dan tidak diperhatikan ketika berkunjung ke store.



Sumber: Diolah oleh peneliti, 2019

1.3 Hasil Pra Survey Harga Celana LEVI'S

Berdasarkan diagram pada gambar 1.1 dapat diketahui bahwa sebanyak 24 orang (80%) merasa harga celana levi's tidak terjangkau karena harga celana levi's rata-rata diatas 1 juta rupiah, Hal ini membuat konsumen merasa harga celana levi's itu lebih mahal dibandingkan merek celana lainnya yang kategorinya sama, konsumen juga merasa produk celana lain dengan produk levi's memiliki kualitas yang sama jadi kosumen lebih memilih produk celana lain karena harganya yang terjangkau.

Dari uraian latar belakang ini peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Celana LEVI'S”**.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penulis mengangkat permasalahan sebagai berikut :

1. Berdasarkan data *Top Brand* celana jeans di Indonesia, pada tahun 2017-2019 levi's mengalami keadaan fluktuatif meskipun tetap berada pada tingkat 1, Sehingga menyebabkan penurunan penjualan pada tahun tersebut.
2. Kualitas Produk yang ditawarkan celana levi's kurang bagus karena bahannya kurang halus dan mudah luntur, sehingga konsumen pindah keproduk pesaing sejenisnya.
3. Kualitas pelayanan dari pegawai levi's yang kurang memuaskan dan tidak memahami produk yang ditawarkan, sehingga konsumen pindah kestore lain yang sejenis.
4. Harga yang ditawarkan levi's cukup mahal dibandingkan merek celana lainnya yang berkategori sama, sehingga konsumen lebih memilih harga celana yang lebih murah dibandingkan levi's.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang penulis lakukan, maka dapat diuraikan melalui perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian?
2. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian levi's?
3. Apakah terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian levi's?
4. Apakah terdapat pengaruh antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian levi's?
5. Apakah Harga merupakan variabel yang dominan terhadap Keputusan pembelian levi's?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian levi's
2. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian levi's.
3. Untuk mengetahui terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian levi's.
4. Untuk mengetahui pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian levi's.
5. Untuk mengetahui Harga merupakan variabel yang dominan terhadap Keputusan Pembelian.

1.5 Manfaat penelitian

Adapun manfaat untuk becerbagai pihak yang membaca penelitian ini sebagai berikut:

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan dan keragaman di ilmu manajemen khususnya di bidang Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Peneliti ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman berkaitan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.