BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

De'Ray kha kids merupakan usaha yang bergerak dibidang fashion, dengan produknya adalah baju muslim untuk anak usia 0-13 tahun. Usaha ini berdiri tahun 2011 yang di dirikan oleh pasangan suami istri Sarimul Atri dan Wirna Wita dengan melakukan penjualan grosir secara offline di toko Tanah Abang Jakarta Pusat dan produksi menggunakan jasa konveksi lain. Sampai saat ini De'Ray kha kids fokus untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik dalam produksi koko maupupun gamis syar'i. Tetapi De'Ray kha kids mempunyai mimpi untuk mengembangkan produk dari De'Ray kha kids.

Mimpi De'Ray kha kids untuk membuat anak-anak kecil terbiasa menggunkan pakaian muslim sedini mungkin dengan bahan yang nyaman dengan model masa kini. De'Ray kha kids membuat produk khusus muslim dengan atauran syari'at Islam, seperti baju gamis anak dengan panjang kerudung di bawah dada dan celana koko anak dibawah mata kaki.

De'Ray kha kids memiliki sebuah *tagline* "*Exclusive Muslim kids Wear*". Yang meartikan bahwa De'Ray kha kids hanya menjual produk muslim anak eksklusif, produk yang berkualitas dan model yang tidak ketinggalan zaman.

1.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

Adapun Visi dan Misi perusahaan ini adalah:

Visi

Mejadikan busana muslim sebagai tren berpakaian sopan sejak dini yang disukai anak-anak karna mengedepankan kualitas produk, model, dan harga yang terjangkau.

Misi

1. Selalu mengedepankan pakaian sesuai syari'at Islam
2. Konsisten dalam menjaga inovasi dan kualitas produk
3. Memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan memaskan

4. Menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan mitra usaha dan mitra kerja.

1.1.2 Logo Perusahaan

Adapun logo perusahaan De'Ray kha kids seperti berikut:

Gambar 1. 1 **Logo De'Ray kha kids**

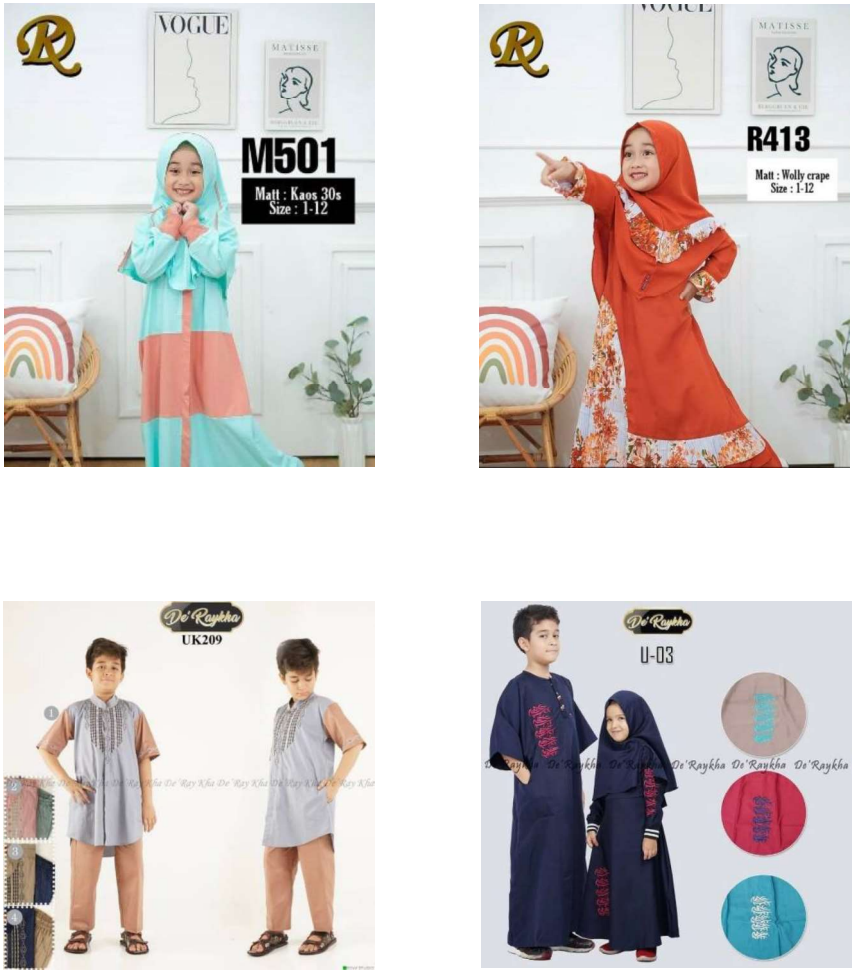
Sumber: De'Ray kha kids.com/, 2022

De'Ray kha kids berasal dari singkatan tiga nama anak pemilik usaha yaitu Della, Rayhan, dan Khaisar yang artinya setiap anak adalah rezeki dari Allah SWT, dan berharap usaha ini akan mendapatkan rezeki yang berkah.

De'Ray kha kids memiliki makna logo sebagai berikut:

1. Gambar huruf DRK menyatu yang pada logo De'Ray kha kids memberikan kesan arti persatuan persaudaraan yang erat antra kakak beradik.
2. Warna coklat keemasan yang berarti kesan yang aman, nyaman dan kesuksesan.

1.1.3 Produk De'Ray kha kids



Gambar 1. 2* produk *baju muslim anak De'Ray kha kids

Sumber: Media Sosial De'Ray kha kids

1.1.4 Informasi Perusahaan

Berikut merupakan informasi perusahaan dari De'Ray kha kids

Alamat: Pasar Tanah Abang Blok B Lt Ground Los H No. 25 Jakarta Pusat

No. Telp: 081514622005

Instagram: @deraykhaoficial

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pada era milenial saat ini banyak aspek-aspek kehidupan yang mengalami perubahan seperti bidang ekonomi, teknologi, dan social budaya. Akibat perubahan yang terjadi, maka muncul kebutuhan yang semakin meningkat seperti dalam bidang fashion. Saat ini perkembangan dunia fashion yang semakin meningkat di masyarakat sesuai dengan *trand* dapat memberikan pengaruh terhadap selera konsumen dalam memilih barang yang sesuai keinginan yang di butuhkan.

Gambar 1. 3 **Perkembangan PDB Industri Tekstil**

Sumber: Dataindonesia.id

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) industri tekstil dan pakaian pada tahun 2016 sampai 2019 mengalami kenaikan tiap tahunnya dari -0,09% sampai ke 15,35%. Namun pada tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan yang sangat drastis dari 15,35% sampai -8,88%. Penurunan ini dipicu oleh pandemi covid 19. tetapi ada kenaikan presentase pada tahun 2020 yaitu sebesar -4,08%. Turunnya produksi textil yang di picu oleh pandemi covid 19 ini membuat kualitas produk menurun karena dengan adanya PPKM, banyak

pekerja industri teksil yang bekerja dirumah sehingga kurangnya pantauan atau kesulitan untuk mengkontrol pekerja dalam mengerjakan produknya.

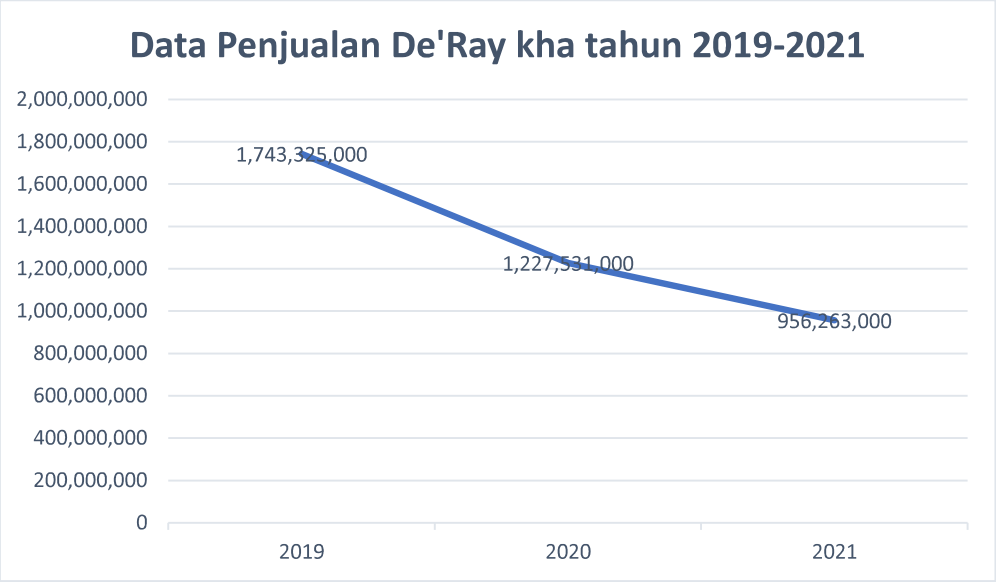
Terdapat beberapa pasar terbesar di Asia menurut fitinline.com yaitu di urutan pertama Pasar Sham Shui Po Hongkong, lalu berada di Indonesia ialah Pasar Tanah Abang tepatnya di Jakarta Pusat, selanjutnya ada Pasar Pratunam Market di Bangkok, Zhengzhou Textile di China, dan terakhir di Dongdaemun Korea.

Salah satu pusat industri *textile* di Indonesia adalah Pasar Tanah Abang, banyaknya pembeli yang datang dari dalam kota maupun luar kota karena harga yang relatif lebih murah. Karena itu target pasar Tanah Abang adalah para pedagang yang ingin mengincar harga grosir untuk di perjual belikan kembali.

Persaingan bisnis di Pasar Tanah Abang semakin ketat, dengan semakin berkembangnya bisnis pakaian, dengan demikian dapat menarik para pebisnis pakaian untuk mendapatkan keuntungan besar dari pemasaran produk pakaian di Pasar Tanah Abang. Hal ini dikarekan lokasi Pasar Tanah abang yang strategis dipusat Ibu Kota juga menjadi daya Tarik bagipengusaha textile untuk menjadikan pasar Tanah Abang sebagai pangsa pasar utama mereka. Salah satu perusahaan dagang pakaian di Pasar Tanah Abang ialah De'Ray kha kids. De'Ray kha kids merupakan sebuah merek label pribadi yang telah berdiri sejak 2011. Semakin meningkatnya persaingan di Pasar Tanah Abang menurut De'Ray kha *kids* yang harus bersaing dengan kompetitor lama menawarkan produk-produk pakaian baru kepada konsumen yang belanja di Pasar Tanah Abang untuk merumuskan strategi pemasaran yang jitu sehingga dapat mengungguli para pesaingnya dan tetap bertahan dalam persaingan.

De'ray kha kids merupakan usaha di bidang *fashion* yang hanya melayani pembelian grosir yang memfokuskan produknya pada pakaian muslim anak, dimana produk – produk De'Ray kha kids difokuskan untuk didistribusikan kepada pelaku usaha *retail*, dimana Faktor kualitas produk merupakan faktor yang akan dipertimbangkan oleh De'Ray kha kids agar konsumen bisa memutuskan keputusan pembelian. Agar bisnisnya tetap bisa bersaing, De'Ray kha kids harus menyusun strategi pemasaran yang bisa menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen lama. Akan tetapi dalam dua tahun terakhir terdapat permasalahan

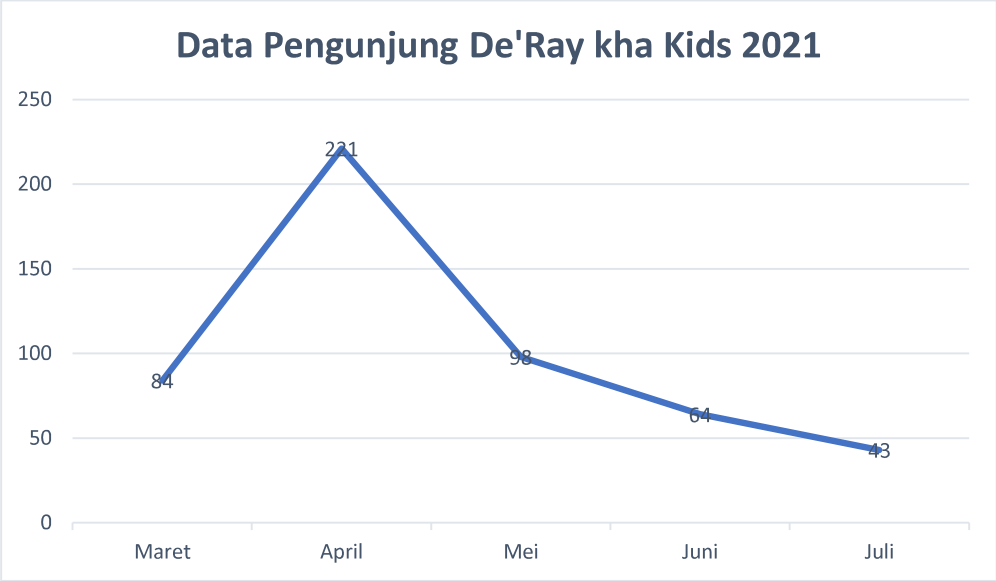
penurunan keputusan pembelian dari data penjualan dari De'Ray kha kids pada table dibawah ini:



Gambar 1. 4 **Data penjualan De'Ray kha kids**

Sumber: Dokumen perusahaan (2022)

Pada gambar 1.4 diatas dapat dilihat bahwa penjualan pada De'Ray kha kids pada tiga tahun terakhir, dapat lihat dari grafik diatas bahwa penjualan dari De'Ray kha kids mengalami penurunan di tiga tahun terakhir yang signifikan. Jika dilihat pedapatan dari De'Ray kha kids menurun dari tahun 2019 sebesar Rp 1.743.325.000, 00 sampai dengan tahun 2021 sebesar Rp 956.363.000,00. Dari penjelasan diatas maka terdapat permasalahan pada keputusan pembelian dari De'Ray kha kids pada tiga tahun terakhir. Hal ini menunjukan bahwa adanya penurunan dari keputusan pembelian dari komsumen De'Ray kha kids. Dimana terdapat penurunan pengunjung pada tahun 2021 yang di perkuat dari data pengunjung De'Ray kha kids pada tahun 2021 yang dapat diliht pada grafik di bawah ini.



Gambar 1. 5 **Data Pengunjung De'Ray kha kids**

Sumber: Dokumen perusahaan (2022)

Dari gambar 1.5 dapat dilihat bahwa terjadi penurunan yang sngat signifikan pada bulan April sampai dengan bulan Juli dimana persentase penurunan mencapai 82%. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak pengunjung yang tidak tertarik mengunjungi outlet De'Ray kha kids.

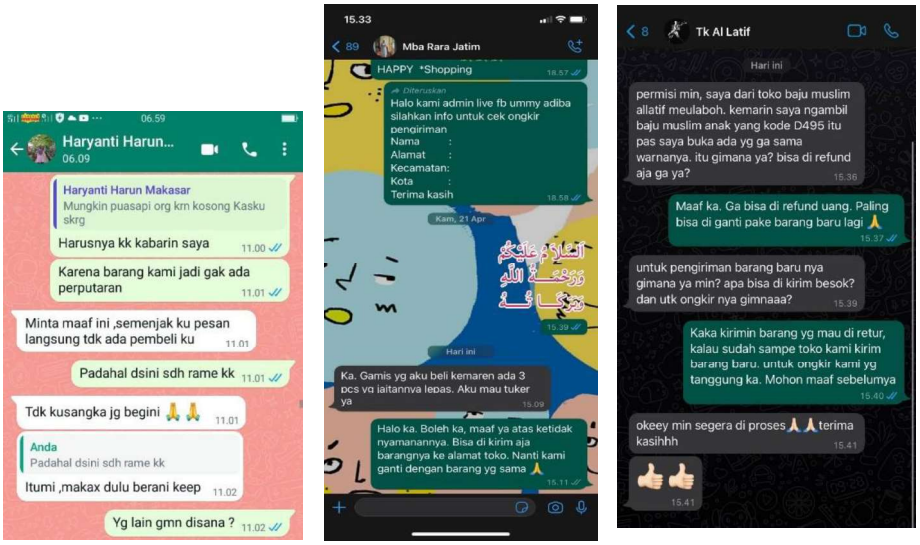
Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa Menurut Kotler (dalam Krisna dkk, 2021:29) keputusan pembelian adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan respon konsumen baik ketika membeli ataupun mengkonsumsi suatu produk untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya.

Keputusan pembelian merupakan hal yang akan dilakukan konsumen ketika konsumen mengetahui suatu produk dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Terdapat banyak factor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, fitur dan desain ialah factor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini juga didukung oleh Kotler dan Armstrong (2016:21) yang menyatakan bahwa atribut produk terdiri dari kualitas produk, fitur dan juga desain. Kualitas produk dapat mempengaruhi kualitas pembelian, dikarenakan konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat

relative, yaitu tergantung pada perspektif ataupun ciri-ciri yang digunakan untuk menentukan spesifikasinya.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, Kotler dan Armstrong (2015:253). Kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Di dalam permasalahan kualitas produk di De'Ray kha kids dalam sektor kualitas produk yaitu, masih cukup banyak barang yang memiliki pola yang tidak sesuai dengan apa yang konsumen harapkan. Namun masi di jual oleh pihak pelaku usaha kepada konsumen.

Akan tetapi dapat dilihat bahwa adanya masalah pada kualitas produk dari De'Ray kha hal ini diperkuat dengan adanya pengaduan negative dari konsumen mengenai kualitas produk De'Ray kha:



Gambar 1. 6 Ulasan mengenai kualitas produk

Sumber: chat admin perusahaan (2022)

Dapat dilihat pada gambar 1.4 terdapat keluhan negatif mengenai kualitas produk De'Ray kha kids. ada beberapa konsumen yang menyatakan bahwa produk

De’Ray kha Kids yang dibeli memiliki kecacatan produk. Keluhan dari konsumen pertama menyatakan bahwa gamis yang di beli memiliki kecacatan yaitu terdapat jaitan yang lepas, sedangkan pada konsumen kedua mengeluhkan bahwa adanya ketidakseragaman warna pada produk gamis. Dengan banyaknya keluhan diatas mengenai kurangnya kualitas produk pada De’Ray Kha Kids, Hal ini menunjukan bahwa adanya permasalahan pada kualitas produk De’Ray Kha Kids yang dapat diangkat menjadi permasalah pada penelitian ini.

Namun untuk mendukung penelitian ini, penulis melakukan pra survey kepada konsumen dari De’Ray Kha Kids mengenai kualitas produk. Hasil; dari pra survey ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk pada De’Ray Kha Kids. Pra survey melalui google form yang disebarkan ke 30 konsumen De’Ray Kha kids sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Hasil Pra survey Kualitas Produk

No.	Variable	Dimensi	Pernyataan	Tanggapan Responden	
				Iya	Tidak
1	Kualitas Produk	Performa Produk	Produk pakaian pada De'Ray kha kids nyaman digunakan karena terbuat dari bahan/materil yang baik	40.6%	59.4%
2			Produk pakaian anak pada De'Ray kha kids aman digunakan karena terbuat dari bahan yang aman	34.4%	65.6%
3		Daya Tahan	Produk pakaian anak De'Ray kha kids mutunya tidak pernah menurun (rusak, robek, luntur)	31.3%	68.8%

			dalam jangka waktu yang cukup lama		
4			Produk pakaian pada De'Ray kha kids masih tetap dalam kondisi yang bagus walaupun sudah sering digunakan	37.5%	62.5%
5		Kesesuaian dengan spesifikasi	Produk pakaian anak pada De'Ray kha kids sesuai dengan gambar	46.9%	53.1%
6			Tidak ditemukannya cacat pada produk pakaian anak dari De'Ray kha kids tersebut	34.4%	65.6%
7		Fitur	Model produk pakaian anak De'Ray kha kids sesuai dengan keinginan model jaman sekarang	40.6%	59.4%
8			Model produk pakaian anak De'Ray kha kids sesuai dengan mengikuti model jaman sekarang	43.8%	56.3%
9		Reliabilitas	Produk pakaian anak produk pakaian anak De'Ray kha kids yang diterima sesuai dengan informasi yang diberikan	40.6%	59.4%
10	Kualitas Produk		Produk pakaian anak produk pakaian anak De'Ray kha kids yang diterima sesuai dengan bayangan konsumen	37.5%	62.5%

			tentang produk pakaian anak tersebut, walaupun tidak pernah disentuh/raba sebelumnya		
11		Estetika	Produk pakaian anak produk pakaian anak De'Ray kha kids sangat menarik dilihat dan digunakan	34.4%	62.6%
12			Produk pakaian anak produk pakaian anak De'Ray kha kids merupakan produk yang masih jarang ditemukan di pasaran	40.6%	59.4%
13	Kualitas Produk	Kesan Kualitas	Produk pakaian anak produk pakaian anak De'Ray kha kids sangat disukai karena kualitas produk yang diharapkan sesuai dengan kualitas produk yang diterima	37.5%	62.5%
14			Produk pakaian anak pada' De'Ray kha kids' sangat digemari oleh anak-anak karena kualitas modelnya yang menarik	37.5%	62.5%
Variabel Kualitas Produk				38.3%	61.7%

Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil dari pra survey oleh 30 responden menunjukan bahwa konsumen De'Ray kha Kids tidak setuju bahwa kualitas produk yang diberikan oleh

De'Ray kha Kids berkualitas, hal ini ditunjukan bahwa Kualitas Produk masih memiliki 3 kelemahan terbesar pada dimensi Daya Tahan dimana diketahui yang menjawab "tidak" sebesar 68,8% sementara pada dimensi Kinerja yang menjawab "tidak" sebesar 65,6% dan pada dimensi Kesesuaian dengan spesifikasi yang menjawab "tidak" sebesar 65,6% yang artinya, dalam benak pelanggan produk – produk De'Ray kha kids belum sepenuhnya memiliki mutu yang baik dalam jangka waktu yang lama pada bagian daya tahan. Selain itu bahan ataupun material pakaian yang ada ternyata belum sepenuhnya aman dapat dilihat dari dimensi kinerja pada pra survey diatas. Hal ini menunjukan bahwa adanya masalah yang dialami oleh De'Ray Kha Kids mengenai Kualitas Produknya.

Pada hasil observasi awal telah ditemukan bahwa hasil pengamatan penelitian masih terdapat permasalahan yang ditemukan pada kualitas produk yang diasumsikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menjadi titik perhatian bagi pelaku usaha ataupun peneliti untuk mengungkap lebih lanjut bagaimana Kualitas produk berpengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian.

Hal ini diperkuat dari hasil pra survey keputusan pembelian pada De'Ray kha kids dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. 2 Hasil Pra survey Keputusan Pembelian

No.	Variable	Dimensi	Pernyataan	Tanggapan Responden	
				Iya	Tidak
1		Mengenali kebutuan	Produk pakaian anak dari 'De'Ray kha kids' mampu memenuhi keinginan para konsumen para penyuka fashion unik	43.8%	56.3%
2			Produk pakaian anak dari' De'Ray kha kids' mampu memenuhi kebutuhan para	37.5%	62.5%

	Keputusan Pembelian		konsumen yang sudah memiliki anak kecil		
3		Pencarian Informasi	Membandingkan terlebih dahulu informasi jenis produk pakaian anak dengan online shop lain sebelum melakukan keputusan pembelian di' De'Ray kha kids'	37.5%	62.5%
4			Produk pakaian anak di 'De'Ray kha kids' adalah satu-satunya produk pakaian yang memberikan kualitas produk terbaik yang diinginkan oleh konsumen	34.4%	65.6%
5	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk	Produk pakaian anak di 'De'Ray kha kids' adalah satu-satunya produk pakaian yang memberikan kualitas model yang menarik dan unik yang diharapkan oleh konsumen (untuk dikenakan kepada anak-anak)	37.5%	62.5%
6			Konsumen cenderung untuk mengajak teman dan saudaranya untuk	40.6%	59.4%

			membeli produk-produk pakaian anak di ’’De'Ray kha kids		
7		Emosional	Konsumen cenderung setia dan memilih produk pakaian anak dari ’De'Ray kha kids’ dibandingkan dengan produk pakaian anak dari online shop lainnya	34.4%	65.6%
8			Konsumen cenderung kembali pada produk pakaian anak dari ’De'Ray kha kids’ karena merasa tidak cocok dengan produk pakaian anak dari online shop lainnya	43.8%	56.3%
Variabel Keputusan pembelian				37.5%	62.5%

Sumber: Data Olahan Penulis (2022)

Berdasarkan hasil dari pra survey oleh 30 responden menunjukan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen De’Ray kha Kids masih belum memenuhi keinginan yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini ditunjukan bahwa dari hasil pra survey yang telah dilakukan oleh penulis masih terdapat 2 dimensi pada variabel Keputusan Pembelian yang masih memiliki kelemahan terbesar, yaitu pada dimensi Pencarian Informasi dimana diketahui yang menjawab “tidak” sebesar 65,6% sementara pada dimensi Emosional yang menjawab “tidak” juga sebesar 65,6% yang artinya, produk De’Ray kha kids belum sepenuhnya memiliki kualitas produk yang baik yang diinginkan oleh konsumen dapat dilihat dari dimensi Pencarian Informasi. Selain itu pada dimensi Emosional konsumen De’Ray kha kids masih belum setia pada produk yang di berikan oleh De’Ray kha

kids. Hal ini menunjukan bahwa adanya masalah yang dialami oleh De'Ray Kha Kids mengenai Keputusan pembeliaanya.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian hubungan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan (dalam Pribadi, 2021) tentang "pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat musik secara online pada instagram @smosyu_music" dan juga peneliti terdahulu yang dilakukan (dalam Novandra,2021) tentang "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kamera Mirrorless Sony A7ii Di Kota Jakarta Selatan" Dengan hasil penelitian secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dengan adanya situasi dan fenomena diatas, maka permasalaha ini layak diteliti lebih lanjut menggunakan variable kualitas produk agar lebih mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian De'Ray Kha kids, dengan begitu penulis akan mengambil judul **"Pengaruh Kualits Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada De'Ray kha kids".**

1.3 Rumusan Masalah

Penelitian ini memiliki permasalahan yang akan dibahas dengan teori dan kajian yang mendalam. Masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas produk pada De'Ray kha kids?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada De'Ray kha kids?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada De'Ray kha kids?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sebuah arahan yang menjadi pedoman pada setiap penelitian untuk menemukan jawaban atas permasalahan penelitian yang dirumuskan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi:

1. Untuk mengetahui kualitas produk pada De'Ray kha kids?
2. Untuk mengetahui keputusan pembelian pada De'Ray kha kids?
3. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada De'Ray kha kids?

1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi pembaca dan penelitian selanjutnya dalam hal:

1. Akademis

   Penelitian ini diharapkan memberikan informasi dan menambah kajian yang terkait dengan tema pengaruh pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada De'Ray kha kids, serta penelitian ini dapat dijadikan media penambah ilmu pengetahuan ataupun dapat dijadikan sebagai referensi dan bahan acuan penelitian di masa mendatang.

2. Implementasi Ilmu

   Sebagai wadah implementasi atas ilmu pengetahuan dari mata kuliah Jurusan S1 Administrasi Bisnis di Fakultas Komunikasi dan Bisnis kedalam kasus-kasus seputar pemasaran yang diterapkan pada dunia pekerjaan. Laporan Tugas Akhir ini bertujuan untuk memperoleh gelar Sarjana.

3. Sisi Bisnis atau Perusahaan

   Hasil dari penelitian diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada De'Ray kha kids sehingga dapat menentukan strategi pemasaran yang sesuai.

1.6 Batasan Penelitian

Agar pembahasan dalam penelitian ini dapat terarah, maka penulis membatasi penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya membahas tiga variabel yaitu:
   a. Variabel dependen (X), yaitu "Kualitas Produk"
   b. Variabel Independen (Y), yaitu "Keputusan Pembelian"
2. Lokasi dan Objek Penelitian

   Lokasi penelitian yang digunakan di Kota Jakarta dengan objek penelitian yaitu responden yang pernah membeli produk De'Ray kha kids.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan untuk kejelasan penulisan hasil penelitian. Dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

   Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat mengenai gambaran objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

   Bab ini berisi tinjauan pustaka dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan ruang lingkup penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Manajemen Pemasaran,

3. Bab III METODE PENELITIAN

   Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan, variabel operasional, informan penelitian, jenis penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.