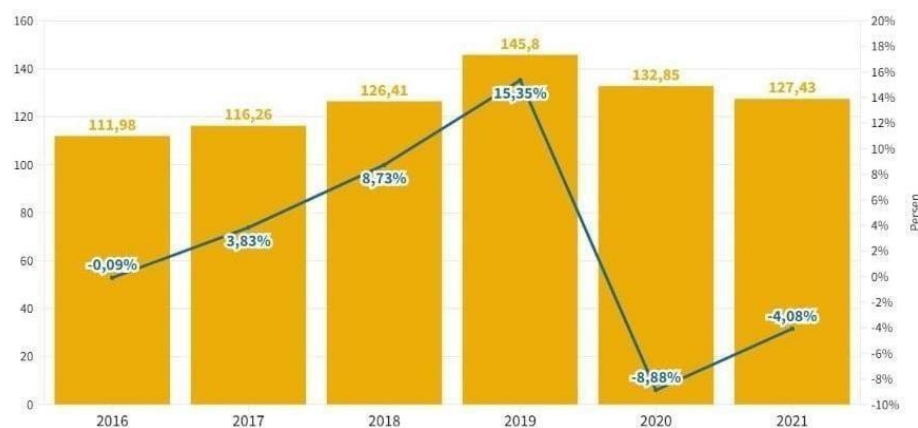


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di zaman sekarang ini banyak perusahaan berlomba – lomba untuk menarik pelanggan baru dan meningkatkan strategi keputusan pembelian. Menggunakan berbagai strategi tersebut memberikan keunggulan kompetitif. Persaingan dalam dunia industri bersifat dinamis , banyak bermunculan merek – merek baru dan setiap merek melakukan berinovasi, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan (Hafiz ,2016). Pelaku bisnis harus mampu terus berinovasi agar tidak terancam persaingan pasar. Selain itu , perusahaan harus memahami perilaku konsumen dan memperhatikan apakah produk tersebut dapat diterima oleh mereka atau apakah mereka akan menolaknya .



**Gambar 1.1 Perkembangan PDB industri Tekstil 2016-2021**

Badan pusat statistik (BPS) mencatat, produk domestik bruto (PDB) atas dasar konstan (ADHK). Nilai industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2021 sebesar Rp 127,43 Triliun. Nilai tersebut masih 4,08 % dibandingkan tahun sebelumnya (*year on year/yoy*) yaitu 132,85 triliun (Badan pusat statistik ). Pendapatan industri tekstil dan pakaian terus melemah sejak tahun 2020 akibat pandemi covid – 19. Namun produk nasional bruto sektor tersebut lebih baik dibandingkan tahun 2020 sebesar 8,88 %. Kinerja industri tekstil dan pakaian semakin menurun karena masyarakat mulai mengurangi pengeluaran untuk pakaian. Mereka menggunakan biaya tersebut untuk biaya kesehatan. Tercatat bahwa tahun 2021 masyarakat untuk pakaian mengalami penurunan sebesar 12,07% menjadi Rp 31,745 per bulan. Presentase biaya komponen tersebut turun dari 2,95 % menjadi 2,51 %.

Perkembangan industri tekstil tahun 2017 – 2019, kinerja industri terus meningkat. Peningkatan ini merupakan potensi yang sangat besar bagi industri indonesia. Namun , pandemi covid di tahun 2020 berdampak pada penurunan kinerja industri tersebut. Industri tekstil dan pakaian tumbuh pesat pada kuartal pertama 2019. Sepanjang 3 bulan ini. Pertumbuhan industri tekstil dan pakaian tercatat paling tinggi sebesar 18,98 %. Angka tersebut meningkat dari periode tahunlalu menjadi 7,46 %, meningkat 8,73 % di tahun 2018. Data badan pusat statistik (BPS) juga menunjukkan bahwa produksi industri manufaktur besar dan sedang (IBS) meningkat sebesar 4,45 % pada periode pertama . Kuartal 2019 dibandingkan dengan periode

yang sama tahun lalu. Pertumbuhan produksi IBS ditopang oleh produksi industri pakaian yang meningkat hingga 29,19 % karena melimpahnya pesanan terutama dari pasar ekspor.

Pasar ekspor impor kini marak menjual pakaian pakaian bekas branded yang masih ilegal dan dilarang karena dampak yang didapat dari menggunakan pakaian bekas branded (Deny,2015) menyatakan bahwa pakaian bekas branded mengandung banyak bakteri berbahaya. Terkait kesehatan, pernyataan tersebut berdasarkan hasil uji laboratorium kementerian kesehatan terhadap pakaian bekas branded ditemukan mengandung bakteri sampai 216.000 koloni per gram.

Perkembangan dunia bisnis semakin maju, baik di bidang jasa maupun industri. Saat ini yang banyak diminati oleh konsumen adalah bisnis Thrift shop. Thrift shop merupakan toko atau penjual yang khusus menjual baju bekas, namun didalamnya terdapat merek baju bekas yang masih sangat bagus (Gulfira, 2016). Thrift shop berkembang dengan sumber sejarah yang berbeda dari masa ke masa. Menurut (Thrift world, 2020) produksi massal dan banyaknya pakaian lama terbuang menjadi penyebab terbentuknya ide thrifthing. Pada tahun 1897, umat kristiani Amerika Serikat kembali mengumpulkan dan menjual barang bekas untuk amal, dan aktivitas inilah yang menjadi titik munculnya ide thrifthing. Di Indonesia, thrifthing tersebar luas di berbagai daerah, mulai dari Bandung dengan pusat di Cimol (Cibadak Mall) dan Jakarta dengan Pasar Senen, Pasar Bru, Glodok Plaza, dan lain sebagainya yang menjadi rekomendasi tempat thrifthing.

Begitu juga di tahun 2019 trend fashion Thrifft shop mulai masuk di Bandar Lampung dari barang langka hingga barang dengan brand yang terkenal. Thrifft shop ini banyak diminati oleh kalangan muda. Di bawah ini terdapat 7 Toko Thrifft shop populer di Bandar Lampung.

**Tabel 1.1 Toko Thrifft shop populer di Bandar Lampung**

No	Nama Toko	Alamat
1.	Thrifft By els	Jl.kayu manis No 35 sepang jaya ,kec kedaton, Bandar Lampung
2.	Thrifft Box	Jl.kayu manis No 19,kec kedaton, Bandar Lampung
3.	Zeviere Thrifft	JL.pulau sikep,kec sukarame ,Bandar Lampung
4.	Gate Of Thrifft	Plaza Lotus lantai 1,Bandar Lampung
5.	Yusishop	Jl.Turi Raya ,Tanjung senang, Bandar Lampung
6.	Road Thrifft	Jl. Raden imban kusuma,Gg.melati ,Bandar Lampung
7.	Sweetishop_bdl	Rajabasa, Bandar Lampung

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas terdapat 7 toko Thrifft shop populer di Bandar Lampung , masing masing toko Thrifft shop memiliki lokasi yang strategis sesuai yang diinginkan konsumen, misal lokasi yang mudah di akses oleh konsumen. Toko Thrifft shop di Bandar Lampung sangat digemari oleh

masyarakat, baik masyarakat Bandar Lampung maupun masyarakat di luar Bandar Lampung , toko thrifth shop di Bandar Lampung menyediakan pakaian bekasyang masih layak untuk dipakai, dengan harga yang cukup murah . Banyak nya persaingan toko – toko Thrifth shopbaru membuat konsumen mempertimbangkanuntuk melakukan pembelian.

Menurut (Balwera,2013) keputusan pembelian adalah konsep perilaku pembelian dimana seseorang konsumen memutuskan untuk melakukan atau memutuskan sesuatu dan dalam hal tersebut melakukan pembelian atau memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena masih dalam penelitian, karena semakinbanyaknya produk yang beredar berarti masyarakat membutuhkan pertimbangan, dengan mengambil pertimbangan yang berbeda dalam mengambil keputusan pembelian. Sebagian besar konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi, melalui proses yang hampir sama ketika memutuskan produk yang akan di beli (Yulindo,2013). Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan ketika apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

Keputusan pembelian di pengaruhi oleh kualitas produk, menurut (Kotler dan Amstrong ,2012) kualitas produk berhubungan dengan kemampuan produk untuk melakukan tugasnya, termasuk ke dalam keseluruhan produk, kecepatan, kemudahan penggunaan dan kemampuan perbaikan produk dan karakteristik berharga lainnya. Menurut (Gaol et.al ,2016) mengemukakan bahwa kualitas produkadalah kemampuan produk

untuk memenuhi fungsinya. Menurut (Wennas,2013) kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan fungsinya, termasuk kendala, daya tahan, ketepatan, kemudahan pengguna, dan perbaikan produk, diantara karakteristik berharga lainnya. Pelaku bisnis harus terus meningkatkan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas dengan produk atau layanan yang dibeli dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang . Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian . Hal ini didukung oleh penelitian (jeerasantikul Liano, 20188) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian juga di pengaruhi oleh Harga. Menurut Kotler dan Amstrong, 2012) harga adalah jumlah yang di biaya kan untuk suatu produk atau jasa. Secara umum, harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dapat diukur dengan jumlah yang dikeluarkan oleh seorang pembeli untuk memperoleh suatu barang atau jasa dalam jumlah tertentu (Gischa, 2020). Menurut (Lupiyoadi, 2014) strategi harga sangat mempengaruhi keputusan pembelian, nilai yang dibawa konsumen dan keputusan pembelian . Tinggi rendahnya harga suatu produk serupayang di produksi atau dijual oleh toko lain. Pengusaha sebaiknya mempertimbangkan untuk membandingkan harga yang ditetapkan oleh pesaing agar harga yang ditetapkan oleh pesaing dan harga yang ditetapkan oleh toko tersebut tidak selalu tinggi atau sebaliknya (Prasastono, dkk, 2017). Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Farhat dan mamas, 2022) menunjukkan bahwa harga

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terjadi karena konsumen lebih menyukai harga yang murah dan terjangkau. Dengan harga yang murah konsumen tidak akan ragu untuk membeli dalam jumlah banyak.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Deni Rezandi, 2021), dengan judul Analisis Pengaruh Harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Thrifthshop Snoopy.stuff. Hasilnya diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta hasil penelitian pembahasan variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, jadi variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian karena memiliki nilai sig atau significance.

Berdasarkan latar belakang diatas dan dukungan penelitian terdahulu, peneliti akan meneliti kembali dalam tulisan ilmiah yang berjudul **“Pengaruh kualitas produk dan Harga Terhadap keputusan pembelian di Bandar Lampung Pada Thrifth shop ( Pakaian Bekas Branded) Bandar Lampung”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah peneliti paparkan, perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Thrifth shop di Bandar Lampung?

2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Thrifh shop di Bandar Lampung?
3. Apakah kualitas produk dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Trtift Shop di Bandar Lampung?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Thrifh shop Di Bandar Lampung?
2. Untuk menguji pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Thrifh shop di Bandar Lampung?
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Trift Shop di Bandar Lampung?

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang di harapkan oleh peneliti pada peneliti ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil pada peneliti ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi untuk penelitiselanjutnya mengenai variabel yang membahas tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di bandar lampung pada Thrifh shop Bandar Lampung.



## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi pemilik usaha dapat digunakan sebagai sarana agar diketahui sejauh mana kualitas produk dan harga yang mereka lakukan dapat meningkatkan penjualan.
- b. Bagi peneliti sebagai bahan dan sarana pengembangan ilmu dan bahan pertimbangan lebih lanjut.

### **1.5 Batasan Masalah**

Agar peneliti lebih terarah dan tidak keluar dari topik yang diteliti, maka dalam penelitian ini peneliti fokus untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Bandar Lampung pada Thrifth shop Bandar Lampung.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan digunakan untuk mempermudah penulisan dalam suatu karya tulis yang dibuat mahasiswa yang telah melakukan tugas akhir, penelitian ini menggunakan sistematika penulisan antara lain:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang yang diteliti, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan diuraikan masalah masalah yang mendasari pembahasan secara detail yang berhubungan dengan objek peneliti

melalui teori teori yang mendukung serta relevan, teori yang berkaitan tentang permasalahan menjadi topik penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang desain penelitian, definisi operasional, variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### **BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan dibahas mengenai deskripsi objek penelitian, pengajuan hipotesis dan pembahasan hasil penelitian yang sudah dicapai pada bagian bagian sebelumnya.

### **BAB V KESIMPULAN**

Pada bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari penyajian data secara singkat, tepat dan terkait langsung dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.