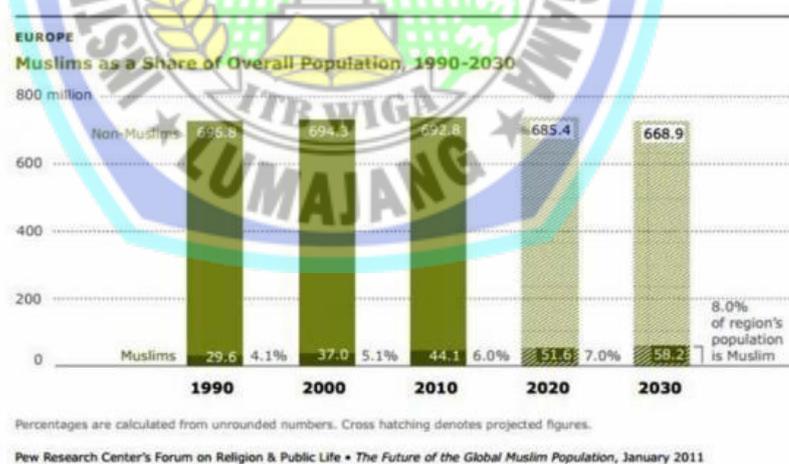


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis busana muslim di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat. Saat ini banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan busana muslim untuk acara keagamaan namun juga pada setiap aktivitas yang mereka lakukan. Jika dilihat dari latar belakang sejarah pakaian muslim bukan pakaian yang cukup terkenal di masyarakat. Namun seiring dengan pemahaman yang diakui oleh masyarakat, busana muslim mulai menjadi pilihan semua kalangan baik itu kalangan remaja, dewasa, dan anak-anak. Pangsa pasar yang luas inilah yang mendorong minat pelaku bisnis untuk terjun di bisnis busana muslim (<https://assets.kompasiana.com>)



Gambar 1.1

Perkembangan busana muslim di Indonesia

Sumber : <https://assets.kompasiana.com/items/album/2018/01/04/www-pewforum-org-5a4da992b9850c45113007d4.jpg?t=o&v=555>

Dalam perkembangan busana muslim ada salah satu yang menarik yaitu Produk Nibras, Produk Nibras merupakan salah satu produk bermerek (*brand*) jilbab dan pakaian muslim yang memiliki harga relatif terjangkau untuk kaum semuanya. Tidak hanya harga yang relatif terjangkau, bermerek dan kualitas pada produk tersebut juga sangat bagus dan sesuai dengan harga. Nibras House Gedangmas sendiri sudah banyak memiliki beberapa produk yaitu: jilbab, jilbab instan, pashmina, gamis dan khimar (*gamis satu set*), baju taqwa, sarung dan segala *accecories* serta tentunya pada nibras itu sendiri tidak hanya untuk dewasa tetapi juga semua kalangan kaum muslim. Nibras House Gedangmas terletak pada lokasinya yang strategis yang dekat dengan jalan raya dan keramean sehingga memudahkan pelanggan untuk dijangkau.

Alasan peneliti mengambil topik tentang pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko terhadap keputusan pembelian karena butik ini menawarkan beragam produk dengan banyak merek sesuai kebutuhan muslimah dengan pelayanan diberikan sangat baik serta dikemas dalam suasana toko yang cukup menarik. Alasan peneliti menjadikan Nibras House Gedangmas sebagai tempat penelitian adalah untuk mengetahui penerapan keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana suasana toko dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kesempatan ataupun peluang yang didapat oleh suatu perusahaan adalah dengan membuat produk yang mengikuti perkembangan zaman. Seperti halnya pada usaha pakaian atau busana, pada setiap perusahaan dituntut untuk memberikan produk yang terbaik serta menarik agar konsumen bisa tertarik

pada produk yang terdapat pada usaha tersebut. Pada zaman semakin maju ini banyak sekali model pakaian yang sangat bermacam-macam mulai dari pakaian dengan model yang *casual*, batik, kemeja semuanya sudah mengikuti trend yang ada. Bahkan model baju sya'i seperti baju gamis yang sekarang ini juga menjadi trend di zaman sekarang. Pakaian muslimah sekarang menjadi model penting bagi wanita islam dan menjadi pakaian yang digemari oleh kaum muslimah, tidak hanya menutup aurat saja melainkan banyak wanita diluar sana yang mengenakan jilbab hanya untuk mengikuti *fashion* saja. Tidak hanya ibu-ibu saja yang berbondong-bondong mengenakan pakaian menutup aurat. Bahkan orang tua zaman sekarang sudah mulai membiasakan anak-anaknya untuk menutup aurat sejak dini.

Keputusan pembelian tidak hanya mengandalkan tersedianya keanekaragaman produk saja tetapi faktor lokasi atau tempat merupakan faktor yang menentukan keberhasilan suatu bisnis. Lokasi atau tempat adalah salah satu determinan yang paling penting dalam melakukan keputusan pembelian. Perusahaan harus memilih lokasi yang strategis dalam menempatkan tokonya disuatu kawasan atau daerah yang dekat dengan keramaian dan aktivitas masyarakat. Disisi lain para konsumen dapat dengan mudah untuk melakukan pembelian karena tempat yang strategis dengan kegiatan masyarakat ataupun dekat dengan tempat tinggal. Sehingga pembeli tidak akan jauh-jauh untuk membeli produk yang diinginkan.

Menurut (Alma, 2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan,

teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Keputusan pembelian tidak terjadi begitu saja namun ada beberapa tahapan yang dilalui konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Jadi para pelaku bisnis harus mampu membaca pikiran konsumen.

Alma (2016:144) berpendapat keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada para konsumen. Salah satu unsur kunci dalam persaingan bisnis adalah keragaman produk yang disediakan oleh pelaku usaha kepada konsumen. Konsumen akan merasa senang dengan banyaknya pilihan yang disediakan oleh toko. Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keragaman produk terdiri dari kelengkapan produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, variasi ukuran barang yang dijual, variasi ukuran produk yang dijual.

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, kualitas pelayanan menjadi salah satu dasar yang dapat mempengaruhi dalam memilih produk dengan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut (Algifari, 2016:2) Kualitas pelayanan diartikan sebagai sebuah ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan mampu memenuhi kepuasan pengguna layanan. Kualitas layanan dapat diukur dari sejauhmana perusahaan penyelenggara pelayanan mampu memenuhi harapan pengguna layanan. Dengan demikian baik tidaknya kualitas layanan sangat tergantung pada kemampuan penyedia layanan dalam

memenuhi harapan pengguna pelayanan secara konsisten selain itu suasana toko juga menjadi penentu harapan konsumen untuk melakukan pembelian.

Suasana toko juga mendukung dalam keputusan pembelian. Suasana toko Nibras House Gedangmas terlihat simple tetapi terkesan elegan. Memberikan nuansa yang nyaman dan terang. Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan karakteristik fisik toko seperti pencahayaan, warna, temperatur, musik dan suasana yang akan menciptakan kenyamanan pada konsumen. Melalui suasana toko yang sengaja dibuat oleh ritel, ritel berusaha untuk mengomunikasikan informasi yang terkait layanan, harga, dan ketersediaan barang dagangan yang bersifat *fashionable*.

Beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan keragaman produk, kualitas pelayanan, suasana toko dan keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Anas Leonardy (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian jasa cuci sepatu *dad and son care*.

Laila Istiqomah (2019) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial suasana toko dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan suasana toko kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Jesi Irwanto (2017) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maka *store atmosphere* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan *store atmosphere* dan keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pasar umum Pasirian Lumajang.

Nadira, Willeam & Imelda (2021) Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Paragon Mart.

Kualitas pelayanan di Nibras House Gedangmas cukup baik. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik dengan konsumen serta menguasai produk yang ditawarkan. Dengan begitu akan memudahkan konsumen dalam memahami produk yang dijual. Akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.

Suasana toko juga mendukung dalam keputusan pembelian. Suasana toko di Nibras House Gedangmas terlihat *simple* tetapi terkesan elegan. Memberikan nuansa yang nyaman dan tenang. Dilengkapi dengan banyak lampu untuk menambah penerangan. Penataan produk sangat rapi disetiap sudut ruangan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul sebagai berikut **“Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Nibras House Gedangmas”**.

1.2 Batasan Penelitian

Untuk mempermudah pembahasan dalam penelitian ini maka diperlukan pembatas masalah untuk menghindari pembatasan yang terlalu luas agar penelitian ini lebih fokus dan tepat sasaran. Adapun batasan penelitian dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian ini merupakan penelitian dibidang Manajemen Pemasaran.
- b. Peneliti hanya meneliti hubungan keragaman produk, kualitas pelayanan, suasana toko, dan keputusan pembelian pada Nibras House Gedangmas.
- c. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di Nibras House Gedangmas.

1.1 Rumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi adalah keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Butik nibras sehingga berdasarkan latar belakang penelitian dan batasan masalah yang didukung dengan penelitian terdahulu, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh keragaman produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas?
- b. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas?
- c. Apakah terdapat pengaruh suasana toko secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas?

- d. Apakah terdapat pengaruh keagaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas?

1.2 Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas.
- c. Untuk mengetahui pengaruh suasana toko secara parsial signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas.
- d. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk, kualitas pelayanan dan suasana toko secara simultan signifikan terhadap keputusan pembelian di Nibras House Gedangmas.

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi seluruh pihak yang terkait. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Manfaat teoritis

Untuk menambah wawasan dan menguji pengetahuan mengenai manajemen pemasaran khususnya mengenai keragaman produk, kualitas pelayanan, suasana toko, dan keputusan pembelian sehingga

dapat diketahui hasilnya dan dapat memperkuat dan melemahkan antar variable.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulis

Bagi peneliti merupakan persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dibidang Manajemen Pemasaran Khususnya tentang keragaman produk, kualitas pelayanan, suasana toko dan keputusan pembelian.

2) Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan dalam menerapkan strategi penjualan serta untuk mengetahui faktor-faktor untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3) Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi kalangan akademis lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan masalah keragaman produk, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap keputusan pembelian.