

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia fashion Tanah Air saat ini sedang berkembang pesat, hal ini ditandai dengan munculnya berbagai macam inovasi hingga berbagai macam tren fashion salah satunya adalah tren *thrifting*, membeli pakaian *thrifting* memang sudah ada sejak dahulu, tetapi dulu lebih diidentikkan dengan pakaian murah karena tidak sanggup membeli pakaian yang baru, tetapi zaman telah berubah. Membeli pakaian *Thrifting* menjadi sebuah tren dan pilihan gaya hidup (Khotimah, 2021)

Bisnis jual-beli pakaian bekas impor atau *thrifting* cukup marak di beberapa tahun terakhir. Munculnya toko-toko dengan menjual pakaian bekas menjadi salah satu buktinya. Berkembangnya jenis usaha ini bukan tanpa sebab. Berubahnya tren masyarakat hingga teknologi turut andil dalam perkembangan bisnis ini. Kelompok masyarakat yang memiliki minat paling besar pada jenis bisnis ini adalah generasi *millennial* dan *Z*, generasi ini turut andil dalam meningkatkan tren *thrifting*, banyaknya jenis pakaian yang ada pada *thriftshop* juga membuat mereka dapat terus mengikuti *fashion* tanpa harus mengeluarkan uang yang banyak, (Azkiya, 2021).

Merujuk pada kamus urban, *Thrifting* bermakna kegiatan berbelanja demi mendapatkan harga barang yang lebih murah dan barang yang tidak biasa seperti selera pasar saat ini, di Indonesia sendiri jenis *Thrifting* yang paling diminati adalah *Fashion Thrift*, Hal ini terlihat dari maraknya toko yang menjual barang-

Membeli pakaian *Thriftting* kini menjadi salah satu pilihan gaya hidup Hal ini merupakan salah satu upaya untuk mengurangi jumlah sampah pakaian yang ada bumi, Sehingga pilihan untuk membeli pakaian *Thriftting* kini menjadi alasan untuk melestarikan bumi Jika sebelumnya membeli pakaian lebih ditujukan pada pakaian baru, kini banyak orang yang mulai beralih ke pakaian *Thriftting* (Winasis, 2021).

Pelanggan dianggap penting karena mereka menentukan kelangsungan hidup sebuah organisasi, pelanggan adalah darah kehidupan setiap organisasi, dan tanpa pelanggan tidak ada organisasi yang mampu mempertahankan keberadaanya ,Pelanggan akan bertahan dengan suatu produk jika konsumen merasa puas dengan produk tersebut (Kotler (1997) dalam Alfred, 2013;179).

Perencanaan produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu produk yang dihasilkan juga harus mencerminkan kualitas yang baik, Kualitas merupakan hal yang paling mendasar dari kepuasan konsumen dan kesuksesan dalam bersaing, Kenyataannya kualitas merupakan hal yang seharusnya untuk semua ukuran perusahaan dan untuk tujuan mengembangkan praktek kualitas serta menunjukkan ke konsumen bahwa mereka mampu menemukan harapan akan kualitas yang semakin tinggi (Zaputera et al., 2019).

Di lumajang juga terdapat penjual pakaian *Thriftting* yaitu di mohot sruny di toko pakaian thtifting ini menjual pakaian yang brand image nya dari luar negeri yang jarang di indonesia, pakaian thirfting atau pakaian second impor biasanya produk nya itu langka dan original seperti brand image (*cahmpion, thenortface, lacoste, dickies, tommyhilfiger, uniqlo, Gap, nike, carthart, adidas,ni*

ke, stussy, newbalance, palace) tidak seperti dipasaran hanya terdapat merek yang sama tetapi kualitas produk tidak original, dengan ini di *thrifting* ini kita bisa dapat kualitas produk original dan harga yang terjangkau dikatakan langka karena barang itu cuman satu Seperti pada umumnya usaha *Thrifting* yang berkembang di Indonesia, terdapat keunikan tersendiri pada usaha *Thrifting* yang berada di Provinsi Jawa Timur, Kabupaten Lumajang yang lebih tepatnya berada Jl. Raya Klakah, Kec. Klakah. Pemilik usaha *Thrifting* bernama Aan dan usaha ini berdiri kurang lebih 3 tahun lamanya sejak bulan Februari 2019 sampai sekarang. Mohot Sruny bergerak di bidang pemasaran produk dengan melakukan penjualan pakaian bekas yang mempunyai nilai jual dan layak pakai .

Toko ini memiliki kualitas barang impor dari luar negeri yang mempunyai nilai jual, Usaha *Thrifting* ini terbilang menengah karena beroperasi di pasar Klakah Kabupaten Lumajang, pemilik juga yang mengelola sekaligus yang melayani.

Kepuasan konsumen untuk pelanggan di toko ini juga di dukung oleh meluaskan pemasaran hingga ke berbagai wilayah. Hal ini dibuktikan dengan salah satu pelanggan yakni terdapat pelanggan dari luar kota seperti Jember dan Probolinggo.

Kepuasan menjadi seorang konsumen tetap juga harus diteliti, karena hal ini sangat penting bagi keberlangsungan dan berkembangnya usaha *thrifting*. Selain dianggap mudah, dan prospek ke depan bisnis *thrifting* ini juga semakin menjanjikan Akan tetapi apabila tidak diimbangi dengan inovasi dan pengembangan terhadap konsumen, maka bisnis yang berurusan dengan pakaian

impor atau bekas tersebut terancam tidak berkembang dan ujung-ujungnya bangkrut (JawaPos.com).

Serta kemungkinan besar usaha ini juga akan mengalami penurunan pelanggan, oleh karena itu kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan produk yang dipersepsikan produk hasil terhadap ekspektasi mereka melalui tindakan yang dilakukan konsumen (Widiaswara & Sutopo, 2017).

Untuk menilai kepuasan konsumen di toko *thrifting* Mohot Sruny Lumajang dapat diperhatikan faktor yang dapat mempengaruhinya seperti kualitas produk, harga dan *brand image* produk pakaian, Faktor-faktor ini merupakan salah satu hal yang terpenting untuk diperhatikan dalam meningkatkan penjualan produk itu sendiri.

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau tersirat, (Kotler & Armstrong, 2015:253).

Di dalam permasalahan kualitas produk di toko pakaian *thrifting* Mohot Sruny dalam sektor kualitas produk yaitu, masih cukup banyak barang yang memiliki cacat produk tetapi masih dijual kepada konsumen.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (*the Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction of Jakoz Brand T-Shirt Product*)”. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kualitas produk sangat berpengaruh terhadap terhadap kepuasan konsumen Kualitas produk sangat

berpengaruh dominan terhadap daya keputusan pembelian konsumen (Erida et al., 2020).

Harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa, Harga dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas produk atau jasa yang diberikan, semakin tinggi harga yang dipatok oleh perusahaan semakin tinggi juga kualitas produk atau jasa yang akan didapatkan oleh para konsumen tersebut (Kotler, 2015:345).

Masalah harga toko pakaian *thrifting* Mohot Sruny tersebut mematok harga yang tidak sesuai dalam beberapa produk pakaian.

Kepuasan konsumen juga didasari dengan merek produk tersebut. Merek merupakan simbol atau tanda yang membantu bagi pelanggan untuk mengidentifikasi produk, perusahaan yang memiliki produk dengan brand image yang menguntungkan oleh masyarakat pasti yang diperoleh posisi yang lebih baik. Selain itu, merek merupakan identitas untuk membedakan identitas produk perusahaan dengan produk yang dihasilkan oleh pesaing. Brand image yaitu deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu (Tjiptono, 2012:49).

Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi terhadap *brand image*, *Brand image* itu sendiri memiliki arti kepada suatu pencitraan sebuah produk dibenak konsumen secara massal. Setiap orang akan memiliki pencitraan yang sama terhadap sebuah merek., Semakin kuat Brand image di benak pelanggan maka semakin kuat pula rasa percaya diri pelanggan

untuk tetap loyal atau setia, terhadap produk yang dibelinya sehingga hal tersebut dapat mengantar sebuah perusahaan untuk tetap mendapatkan keuntungan dari waktu ke waktu. Masalah *brand image* pada toko Mohot Sruny yaitu jenis pakaian yang terlalu sedikit sehingga konsumen memiliki produk minim untuk dipilih.

Dengan Permasalahan yang terjadi di kepuasan konsumen dapat diatasi dengan adanya solusi Meningkatkan kualitas produk, harga produk yang terjangkau, dan meningkatkan pilihan *brand image* yang menjadi buruan kosumen, sehingga memberikan daya tarik dan diharapkan mampu menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk mereka, sehingga memberikan profit yang cukup menguntungkan bagi toko dan dapat menaikkan level toko menengah ke level toko menengah keatas, Toko pakaian *thrifting* Mohot sruny, diharapkan dapat meningkatkan daya kepuasan konsumennya dan mampu bersaing dengan para kompetitornya yang menjual produk yang sama.

Berdasarkan uraian tersebut, muncul ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul yang diambil yaitu, **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Konsumen Pakaian *Thrifting* di Toko Mohot Sruny Lumajang”**.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka terdapat batasan masalah yang akan dibahas. Membahas tentang kualitas produk, harga dan *brand image* yang digunakan untuk menilai kepuasan konsumen yang membeli produk pakaian *thrifting*. Responden dalam penyebaran kuesioner yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang yang akan

membahas tentang membahas tentang kualitas produk, harga dan *brand image* yang digunakan untuk menilai kepuasan konsumen yang membeli produk pakaian *thrifting*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu pengaruh kualitas Produk yang kurang memadai, harga yang kurang sesuai dan *brand image* yang minim terhadap kepuasan konsumen toko pakaian *thrifting* Mohot Sruny Lumajang , namun untuk kepuasan konsumen tetap perlu diteliti lebih lanjut. Sehingga dapat diuraikan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang?
- b. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang?
- c. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas Produk yang kurang memadai, harga yang kurang sesuai dan *brand image* yang minim terhadap kepuasan konsumen toko pakaian *thrifting* Mohot Sruny Lumajang. yang mungkin dapat menghambat kelancaran usaha pada toko pakaian *thrifting* Mohot Sruny Lumajang. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang .
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang.
- c. Untuk mengetahui *Brand Image* terhadap kepuasan konsumen pakaian *thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pikiran terhadap pengemban ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Mahasiswa Institut Teknologi Bisnis Widya Gama Lumajang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan sumbangsih peneliti selanjutnya pada bidang Manajemen Pemasaran di Institut Teknologi Bisnis Widya Gama Lumajang.

- b. Bagi Penulis

Sebagai media dalam mengaplikasikan teori teori yang telah didapatkan dengan kenyataan yang sebenarnya, dan dapat menambah wawasan, ilmu dan pemahaman kepada konsumen.

- c. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan terkait dengan perencanaan strategi pemasaran yang akan dijalankan setelah

mengetahui posisi bisnis berdasarkan harga dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen pakaian *Thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang.

d. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang manajemen pemasaran tentang Harga, kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen pakaian *Thrifting* di toko Mohot Sruny Lumajang dan dapat dijadikan referensi dan dasar pelaksanaan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

