

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis busana muslim di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Saat ini banyak masyarakat Indonesia yang menggunakan busana muslim. Masyarakat menggunakan busana muslim tidak hanya pada acara keagamaan namun juga pada setiap aktivitas yang dilakukan. Pangsa pasar yang luas inilah yang mendorong minat pelaku bisnis untuk terjun di bisnis busana muslim (Muna, 2014). Semakin banyak para pelaku bisnis yang terjun di bidang *fashion* akan mengakibatkan persaingan yang semakin ketat. Persaingan yang ketat membuat pelaku bisnis menyusun strategi agar bisnis yang digeluti dapat bertahan (Marsella et al., 2020). Perusahaan mampu memenangkan persaingan jika dapat memberikan yang terbaik untuk konsumennya agar memilih dan mengambil keputusan membeli produknya (Sawiyahusnia & Samboro, 2017). Adapun bisnis yang paling ramai digeluti oleh para pebisnis saat ini, yaitu bisnis *fashion* islami. Bisnis *fashion* tersebut berupa butik. Butik merupakan salah satu bisnis yang mulai mengalami perkembangan terutama di kota-kota (Marsella et al., 2020).

Salah satu butik di Lumajang yang mengembangkan bisnis di bidang *fashion* pakaian muslim adalah Butik Sakinah *Collection* Lumajang. Butik Sakinah *Collection* menarik untuk diteliti karena menjual berbagai produk *fashion* muslim seperti jilbab, busana muslim baik dewasa maupun anak-anak, aksesoris, perlengkapan shalat. Semua kebutuhan muslimah bisa dibeli di Butik Sakinah

Collection Lumajang. Butik ini juga menyediakan berbagai merek yang sudah melekat di benak konsumen seperti Zoya, Elzatta, Dannis, Pashmira dan Rabbani. Dengan semakin banyak butik *fashion* di Lumajang, maka persaingan akan semakin ketat. Butik Sakinah Collection memiliki banyak pesaing sebagai butik di Lumajang. Berikut pesaing Butik Sakinah Collection yang di dapat selama proses observasi pendahuluan antara lain seperti Butik Nabila menjual berbagai produk muslim seperti gamis, khimar, sepatu, mukenah, rok dan accessories, Butik Mayang Collection hanya menjual berbagai produk muslimah seperti gamis, rok, tunik dan jilbab, dan Butik Lyra menjual berbagai produk muslim seperti gamis, khimar, celana, rok, tunik, sepatu sandal, dan jilbab. Para pesaing tersebut menjual produk yang mengikuti *trend* saat ini terutama dikalangan millennial saat ini sehingga tetap meningkatkan keputusan pembelian pada butik tersebut. Selain itu dilihat dari kualitas pelayanannya Butik Sakinah Collection karyawan kurang fokus dalam melayani konsumen terkadang konsumen merasa kurang diperhatikan. Dari hasil observasi menunjukkan bahwa persaingan semakin ketat, sehingga mengharuskan Butik Sakinah Collection meningkatkan keputusan pembeliannya dengan menghadirkan produk yang lebih beragam yang banyak diminati oleh konsumen.

Keputusan pembelian juga harus diteliti, karena hal ini sangat penting bagi keberlangsungan dan berkembangnya Butik Sakinah Collection (Pramessti et al., 2021). Jika tidak dilakukan maka butik tersebut tidak akan mampu bersaing secara jangka panjang bahkan dalam waktu dekat bisa saja terjadi kebangkrutan.

Ansari (2015) menjelaskan terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Adapun faktor lain yang mempengaruhi adalah harga, lokasi, kualitas produk, citra merek, promosi (Marsella et al., 2020). Namun faktor yang dipertimbangkan oleh peneliti yaitu keragaman produk dan kualitas pelayanan. Setiap konsumen menginginkan barang yang lengkap ketika konsumen memasuki tempat belanja. Konsumen menginginkan tempat belanja yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya secara sekaligus untuk berbagai jenis barang atau jasa (Ansari, 2015). Pelayanan yang maksimal tidak hanya membuat konsumen merasa nyaman tetapi juga bisa mendorong konsumen untuk kembali lagi. Oleh karena itu, perusahaan diharapkan menyediakan produk yang lengkap dan melakukan pelayanan yang baik, karena hal itu penting sebab semakin lengkap produknya dan semakin baik pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian (Rahayu, 2018). Dari fenomena permasalahan tersebut yang dapat dilihat yaitu keputusan pembelian konsumen terhadap keragaman produk dan kualitas pelayanan di *Butik Sakinah Collection*.

Perilaku keputusan pembelian dipengaruhi adanya keragaman produk (Suhardi et al., 2020). Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli keragaman produk terdiri dari produk dan barang yang dijual, macam merek yang dijual, ketersediaan produk yang dijual” Kotler & Keller (2007:15) dalam penelitian (Wakidah, 2015). Sedangkan pada penelitian lain kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Keragaman produk dan kualitas

pelayanan keterkaitannya dengan keputusan pembelian dapat dijelaskan dalam *theory of planned behavior*.

Solusi untuk meningkatkan keputusan pembelian agar suatu usaha atau perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan, terutama persaingan dari segi keragaman produk dan pelayanan, perusahaan perlu terus meningkatkan keragaman produk dan kualitas pelayanannya (Hartaroe et al., 2016). Oleh karena itu untuk menumbuhkan daya tarik konsumen, keragaman produk dapat memberikan alternatif pilihan yang lebih bervariasi menjual semua diversifikasi yang ada pada tiap merek produk dan menjual tiap jenis produk banyak dipilih oleh konsumen dan pelayanan secara maksimal yaitu seberapa bagus yang diberikan sesuai ekspektasi pelanggan meliputi ramah, sopan, santun (Suhardi et al., 2020).

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang”**.

1.2 Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka terdapat batasan masalah yang akan dibahas. Batasan dalam penelitian ini adalah objek narasumber yaitu pemilik di Butik Sakinah *Collection* Lumajang yang akan membahas tentang keragaman produk dan kualitas pelayanan yang digunakan untuk menilai keputusan pembelian yang membeli produk pakaian. Responden dalam penyebaran kuesioner yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian pakaian atau baju di Butik Sakinah *Collection* Lumajang yang akan membahas tentang membahas

tentang keragaman produk dan kualitas pelayanan yang digunakan untuk menilai keputusan pembelian yang membeli produk pakaian.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah pada penelitian ini yaitu pengaruh keragaman produk yang kurang memadai, dan kualitas pelayanan yang kurang prosedur terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang, namun untuk keputusan pembelian tetap perlu diteliti lebih lanjut. Sehingga dapat diuraikan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang?
- b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini pengaruh keragaman produk yang kurang memadai, dan kualitas pelayanan yang kurang prosedur terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang. yang mungkin dapat menghambat kelancaran usaha pada Butik Sakinah *Collection* Lumajang. Tujuan yang dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Butik Sakinah *Collection* Lumajang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di kemukakan di atas, maka penelitian ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat antara lain :

- a. Manfaat secara teoritis dalam penelitian ini, yaitu:

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan menguji kembali tentang manajemen pemasaran yakni keragaman produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian sehingga diharapkan dapat menambah wawasan, memberikan referensi dan dapat diketahui apakah hasil penelitian ini dapat memperkuat hasil atau malah justru dapat memperlemah hubungan antar variabel yang diteliti.

- b. Manfaat praktis dalam penelitian ini, yaitu:

- 1) Bagi Mahasiswa Institut Tekonoogi dan Bisnis Widya Gama Lumajang
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan sumbangsih peneliti pada bidang Manajemen Pemasaran di Institut Tekonologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang.

- 2) Bagi Penulis

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

3) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan terkait dengan perencanaan strategi pemasaran yang akan dijalankan setelah mengetahui posisi bisnis berdasarkan keragaman produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan *Butik Sakinah Collection Lumajang*

4) Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat menambah dan memperluas pengetahuan tentang manajemen pemasaran tentang keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian *Butik Sakinah Collection Lumajang* dan dapat dijadikan referensi dan dasar pelaksanaan penelitian pada bidang yang sama di masa yang akan datang.

