

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang, dimana perkembangan pesat tersebut juga mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Persaingan yang ketat dalam perdagangan tidak saja menerpa pada satu jenis perusahaan saja, namun juga berlaku pada hampir semua jenis perusahaan. Untuk meraih posisi yang lebih baik maka setiap perusahaan harus memperhatikan kepuasan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik. Hal ini dapat memberikan keuntungan dalam waktu yang panjang bagi perusahaan. Keuntungan didapat dari adanya pembelian produk. Kemampuan meningkatkan pembelian produk secara terus menerus merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Saat ini banyak ritel modern yang berkembang, contohnya pada toko busana muslim. Toko busana muslim tersebut menjual pakaian-pakaian muslim seperti baju, kerudung, aksesoris, dan masih banyak lagi. Meskipun ritel ini sudah berkembang lama, tapi saat ini pertumbuhannya semakin pesat jika dibandingkan sebelumnya. Berkembangnya model-model busana muslim yang beragam itulah salah satu tanda ritel busana muslim semakin berkembang. Penggunaan busana muslim berkembang dari waktu ke waktu, sekarang banyak dimodifikasi sehingga menghilangkan kesan kolot dan terkesan *fresh* jika digunakan. Beragam jenis kain, corak, model, desain dan budaya diterapkan pada gaya busana muslim demi menciptakan sebuah kreasi baru yang dapat meningkatkan rasa percaya diri penggunanya.¹

¹ Azka Tafdhila “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Membeli Busana Muslim” e-Journal , Skripsi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2015 <https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=azka+tafdhila+faktor+faktkonsumen+dalam+pengambilan+keputusan+membeli+busana+muslim+2015&btnG=> diakses 20 Oktober 2016

Hal ini menjadikan industri mode untuk pakaian muslim pun menjadi besar peminatnya dengan terlihat munculnya situs web belanja kebutuhan busana muslim. Busana muslim adalah model pakaian yang disesuaikan dengan aturan kehidupan penganut agama islam. Di dalam Al Qur'an tertulis anjuran-anjuran dan kewajiban bagi orang muslim dalam hal berpakaian. Model baju yang tertutup dan serba panjang menjadi ciri khasnya. Untuk wanita menutupi bagian tubuh seperti rambut, leher, tangan dan kaki.² Allah berfirman:

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُوَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيْشًا ط وَلِبَاسًا لِّتَقْوٰى ذٰلِكَ خَيْرٌ
ذٰلِكَ مِنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ ﴿٢٦﴾

“Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa. Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.”
QS. Al A'raf (7) : 26

Dalam dunia bisnis perusahaan menginginkan produknya mengalami penjualan yang meningkat dan dapat mengungguli para pesaingnya. Di mana jika kita berbicara mengenai hal ini tentu tidak terlepas dari strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.³

Suatu keputusan dapat dibuat hanya jika ada beberapa alternatif yang dipilih. Apabila alternatif pilihan tidak ada maka tindakan yang dilakukan tanpa adanya pilihan tersebut tidak dapat dikatakan membuat keputusan. Keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain

² http://abumujahidah.blogspot.co.id/2014/01/fikih-pakaian-muslim-dan-muslimah_2.html/
diakses 12 oktober 2016

³E. Jerome, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta:Erlangga,1996, h.7

dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Oleh karena itu, preferensi dan niat pembelian tidak selalu menghasilkan pembelian yang aktual.⁴

Terdapat berbagai faktor yang dapat berpengaruh langsung dalam pendapatan perusahaan baik dalam perusahaan itu sendiri maupun dari konsumennya. Faktor-faktor tersebut diantaranya diskon harga, desain produk dan keragaman produk.

Transaksi perdagangan selalu melibatkan dua pihak yaitu pihak pembeli sebagai pihak penerima barang dan penjual sebagai pihak yang menyerahkan barang. Sebelum transaksi terjadi kedua belah pihak harus mencapai kesepakatan mengenai harga dari barang-barang yang diperjualbelikan beserta syarat-syarat lainnya, termasuk di dalamnya mengenai diskon harga. Ini merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk menarik minat pembeli untuk melakukan transaksi pembelian.⁵ Diskon harga merupakan salah satu jenis dari promosi penjualan. Pengertiannya sendiri adalah pengurangan produk dari harga normal dalam periode tertentu. Sedangkan promosi penjualan adalah bentuk persuasi langsung melalui penggunaan berbagai insentif yang dapat diatur untuk merangsang pembelian produk dengan meningkatkan jumlah barang yang dibeli pelanggan. Diskon harga yang diberikan oleh pihak manajemen Rabbani cukup besar, tetapi belum bisa menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Rabbani belum bisa membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada produk yang telah ditawarkan. Keterkaitan faktor diskon harga terhadap keputusan pembelian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Maya Ferdina Satyo tentang Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk dan Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Garmen bahwa diskon produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁶

⁴Philip Kotler dan Garry Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta:Erlangga, 2008, h.181

⁵<http://pengertian-pengertian-info.blogspot.co.id/2015/11/pengertian-dan-jenis-jenis-potongan.html/diakses> 18 Oktober 2016

⁶Maya Ferdina Satyo "Pengaruh Diskon Harga, Merek Produk dan Layanan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Garmen" e-Journal , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia,

Desain Produk sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata yang akan diproduksi dan dijual dengan menghasilkan laba. Salah satu fungsi manajemen terpenting dalam semua organisasi adalah menjamin bahwa masukan-masukan berbagai sumber daya organisasi menghasilkan produk atau jasa yang dirancang secara tepat atau menghasilkan keluaran-keluaran yang dapat memuaskan keinginan para konsumen. Desain produk adalah seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga nama baik perusahaan, nama baik toko yang menjual, dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima pembeli guna memuaskan keinginannya.⁷ Desain yang ditawarkan oleh Rabbani dianggap terlalu dewasa dan kurang sesuai untuk anak muda masa kini. Disisi lain desain yang ditawarkan oleh Rabbani sudah disesuaikan dengan perkembangan zaman yang semakin modern.⁸ Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Fahma Ilmaya tentang Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁹

Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel. Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. Hal-hal yang harus diperhatikan oleh suatu perusahaan adalah bagaimana membuat berbagai keputusan tentang bauran produk yang dihasilkan pada saat ini maupun untuk masa mendatang. Semakin beragamnya jumlah dan jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen-pun

2013[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=maya+ferdina+satyo+pengaruh+diskon+harga%2C+merek+produk+dan+layanan+pelanggan+terhadap+keputusan+pembelian+garmen+2013&btnG=20 Oktober 2016](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=maya+ferdina+satyo+pengaruh+diskon+harga%2C+merek+produk+dan+layanan+pelanggan+terhadap+keputusan+pembelian+garmen+2013&btnG=20%20Oktober%202016)

⁷William J Santon, *Prinsip Pemasaran*, Jakarta:Erlangga, 1991, h.192

⁸Hasil wawancara dengan beberapa konsumen Rabbani cabang gayamsari, Semarang 2016

⁹Fahma Ilmaya “Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang”, e-Journal ,Universitas Diponegoro,2011[https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=Fahma+Ilmaya+Analisis+Pengaruh+Interaksi++Harga+dan+Desain+Produk+Terhadap+Keputusan++Pembelian+Batik+di+Eka+Batik+Semarang+2011&btnG=20 Oktober 2016](https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=Fahma+Ilmaya+Analisis+Pengaruh+Interaksi++Harga+dan+Desain+Produk+Terhadap+Keputusan++Pembelian+Batik+di+Eka+Batik+Semarang+2011&btnG=20%20Oktober%202016)

akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain. Dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya.¹⁰ Keragaman produk yang dimiliki oleh Rabbani cukup banyak, tetapi pada saat konsumen melakukan pembelian terkendala dengan adanya produk yang tidak tersedia pada toko tersebut.¹¹ Anggapan ini tidak diinginkan oleh pihak manajemen karena dapat mengakibatkan menurunnya keputusan pembelian konsumen pada produk Rabbani. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Erlangga Tahta Kusumanegara tentang Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Baskin Robbins Ice Cream Mall Ciputra Semarang) bahwa keragaman produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.¹²

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang analisis diskon harga, desain produk, dan keragaman produk di Rabbani cabang Gayamsari Semarang, karena sekarang Rabbani lebih dekat dengan masyarakat seiring berdirinya toko-toko Rabbani yang sudah menjamur di wilayah Semarang.

Rabbani merupakan salah satu toko busana muslim yang berada di wilayah Semarang. Rabbani termasuk perusahaan *garment* yang bergerak dalam bidang ritel busana muslim dengan *tagline* Profesor Kerudung

¹⁰Ade Aminudin Charlis, "Pengaruh Keanekaragaman Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Giant Supermarket Puri Anjasmoro Semarang", Universitas Pandanaran Semarang, e-Journal, 2015 <https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=Ade+Aminudin+Charlis%2C%E2%80%9DPengaruh+Keanekaragaman+Produk%2C+Kualitas+Pelayanan%2C+dan+Kepercayaan+Terhadap+Kepuasan+Konsumen+Giant+Supermarket+Puri+Anjasmoro+Semarang&btnG>= 20 Oktober 2016

¹¹Hasil wawancara dengan beberapa konsumen Rabbani cabang gayamsari, Semarang 2016

¹²Erlangga Tahta Kusumanegara "Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Melakukan Pembelian di Baskin Robbins Ice Cream Mal Ciputra Semarang", e-Journal, Universitas Diponegoro, Semarang 2012 <https://scholar.google.co.id/scholar?hl=en&q=Erlangga+Tahta+Kusumanegara+%E2%80%9C+Analisis+Pengaruh+Harga%2C+Keragaman+Produk%2C+dan+Kualitas+Pelayanan+Terhadap+Kepuasan+Konsumen+dalam+Melakukan+Pembelian+di+Baskin+Robbins+Ice+Cream+Mal+Ciputra+Semarang2012&btnG>= 20 Oktober 2016

Indonesia. Rabbani merupakan salah satu perusahaan kerudung islam instan pertama dan terbesar di Indonesia dengan mengeluarkan produk andalan berupa kerudung instan. Selain kerudung instan, produk lainnya juga telah dikembangkan yaitu busana muslim diantaranya dresslim, kemko, tunik, kastun, serta perlengkapan lain seperti ciput atau inner kerudung serta aksesoris.¹³

Rabbani cabang Gayamsari Semarang salah satu toko busana muslim yang berada di Jl. Majapahit No. 127 B & C Semarang Timur dan ikut bersaing dengan toko busana muslim lainnya. Di saat tingginya peminat (konsumen) yang ingin melakukan pembelian di toko busana muslim berbanding terbalik dengan yang dialami oleh Rabbani cabang Gayamsari.

Berikut ini adalah tabel mengenai pendapatan Rabbani cabang Gayamsari Semarang Januari – Maret 2016 :

Tabel 1.1
Data Pendapatan Toko Busana Muslim Rabbani cabang Gayamsari Semarang Periode Januari – Maret 2016

Tahun	Bulan	Target Pendapatan	Realisasi Pendapatan	Presentase
2015	Januari	Rp. 210.000.000,00	Rp. 152.400.700,00	72%
	Februari	Rp. 210.000.000,00	Rp. 156.350.400,00	74%
	Maret	Rp. 210.000.000,00	Rp. 165.000.750,00	79%
	April	Rp. 210.000.000,00	Rp. 178.060.000,00	84%
	Mei	Rp. 210.000.000,00	Rp. 198.560.800,00	94%
	Juni	Rp. 210.000.000,00	Rp. 205.600.500,00	98%
	Juli	Rp. 210.000.000,00	Rp. 196.400.600,00	93%
	Agustus	Rp. 210.000.000,00	Rp. 176.600.400,00	84%
	September	Rp. 210.000.000,00	Rp. 143.600.350,00	68%
	Oktober	Rp. 210.000.000,00	Rp. 129.567.700,00	61%
	November	Rp. 210.000.000,00	Rp. 109.340.500,00	52%
	Desember	Rp. 210.000.000,00	Rp. 98.890.000,00	47%
2016	Januari	Rp. 210.000.000,00	Rp. 85.700.900,00	41%
	Februari	Rp. 210.000.000,00	Rp. 131.600.500,00	62%
	Maret	Rp. 210.000.000,00	Rp. 124.700.500,00	59%

Sumber : Toko Busana Muslimah Rabbani Cabang Gayamsari Semarang 2015/2016

¹³ “Sekilas Rabbani”, <http://aboutrabbanisukabumi.blogspot.com/> diakses, 27 September 2016

Berdasarkan tabel 1.1 dapat diketahui sebuah fenomena yaitu menurunnya keputusan pembelian konsumen yang dibuktikan dengan terjadinya penurunan data pendapatan yang dialami oleh Rabbani cabang Gayamsari Semarang pada bulan September-Januari 2016. Hal tersebut mengindikasikan bahwa beberapa konsumen tidak melakukan pembelian produk di Rabbani. Hal itu dapat kita lihat pada bulan September pendapatan mencapai 68% dan pada bulan Oktober menurun menjadi 61%. Tidak hanya pada bulan tersebut saja terjadi fluktuasi, pada bulan November pendapatan menurun 52%, bulan Desember 47% dan pada bulan Januari menurun hingga 41%. Penurunan pendapatan selama 4 bulan berturut-turut mencapai 27%. Hasil yang sangat buruk dan tidak diinginkan oleh pihak manajemen Rabbani, hal ini perlu ditindaklanjuti dengan baik dari diskon harga yang diberikan konsumen harus disesuaikan lagi, desain produk yang ditawarkan kepada konsumen juga harus lebih elegan dan keragaman produk harus lengkap sesuai dengan kebutuhan konsumen. Terlebih saat ini konsumen dihadapkan dengan banyaknya pilihan tempat sejenis dengan Rabbani yang menawarkan produk dengan harga terjangkau, desain yang menarik serta ketersediaan produk yang selalu ada. Apabila dilihat kembali, seharusnya Rabbani mengalami kenaikan pendapatan karena pada dasarnya promosi yang dilakukan oleh pihak manajemen Rabbani selalu mengunggulkan produk yang ditawarkan dan selalu meningkatkan kualitas produknya. Rabbani merupakan salah satu toko busana muslim yang memiliki citra produk terbaik, hal ini dibuktikan dari lamanya Rabbani berkecimpung dalam dunia bisnis ritel khususnya produk busana muslim.

Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya masalah pada Rabbani cabang Gayamsari Semarang. Oleh karena itu apabila tidak segera dibenahi oleh pihak manajemen maka akan menjadi masalah yang lebih besar lagi di masa yang akan datang bagi Rabbani cabang Gayamsari Semarang.

Berdasarkan teori, fenomena bisnis yang terjadi maka perlu dilakukan penelitian dengan judul : **“Analisis Pengaruh Diskon Harga, Desain Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslim(Studi Kasus Pada Konsumen Rabbani Cabang Gayamsari Semarang)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data pendapatan Rabbani cabang Gayamsari, Semarang pada bulan September-Januari 2016 yang dikemukakan diatas dan setelah melakukan observasi awal di Rabbani, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen Rabbani Cabang Gayamsari, Semarang. Maka dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah diskon harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari Semarang ?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari Semarang ?
3. Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari Semarang ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis diskon harga terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari, Semarang.
2. Untuk menganalisis pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari, Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Rabbani cabang Gayamsari, Semarang.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Bagi Rabbani

Diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian menganalisis pengaruh diskon harga, desain produk dan keragaman produk terhadap keputusan pembelian busana muslim di Rabbani Cabang Gayamsari, Semarang.

2. Bagi Peneliti

Sebagai tambahan referensi dan wawasan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan bidang pemasaran khususnya mengenai diskon produk, desain produk, keragaman produk dan keputusan pembelian.

3. Manfaat Akademis

a. Pembaca

Bagi penelitian lebih lanjut, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan referensi bagi peneliti lain.

b. Praktis

Dijadikan masukan dan bahan pertimbangan memilih strategi pemasaran khususnya dalam mengambil keputusan bisnis pada umumnya bagi perusahaan.

1.4 Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini akan disajikan secara sistematis, dengan menggunakan lima bab pembahasan yang di dalamnya terdiri dari sub-subbab sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan mulai dari bab I sampai bab V. Bab ini merupakan gambaran awal peneliti untuk melakukan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi telaah pustaka yang membahas mengenai penelitian sebelumnya dengan membuat perbedaan-perbedaan antara penelitian yang peneliti lakukan dengan penelitian peneliti sebelumnya, mulai dari judul, variabel-variabel, serta hasilnya. Selain itu membahas landasan teori yang terdiri dari CRM, Perilaku konsumen, keputusan pembelian, potongan harga, desain produk dan, keragaman produk. Yang terakhir membahas hipotesis yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti, yaitu potongan harga, desain produk dan keragaman produk.

BAB III METODE PENELITIAN

Memuat penjelasan mengenai metode penelitian yang berisi mulai model penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, definisi operasional variabel, instrumen penelitian, pengujian instrumen penelitian sampai teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Memuat tentang hasil analisis dari pengolahan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis data berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan.

Bab V PENUTUP

Memaparkan kesimpulan mengenai penjelasan modus dari profil responden, hasil uji F dan uji t, serta saran bagi pemilik Rabbani di Jl. Majapahit No. 127 B & C Semarang.