

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam era Globalisasi sekarang ini, sebuah perusahaan harus mampu untuk mengikuti perubahan yang terjadi baik di dalam maupun di luar perusahaan. Tentunya untuk mengikuti perubahan – perubahan yang terjadi tersebut sangatlah tidak mudah. Perusahaan yang cenderung berpikiran tradisional dan tidak mengharapkan adanya perubahan, tentunya akan menemui banyak kesulitan dalam menghadapi operasinya.

Setiap perusahaan tentunya memiliki strategi masing – masing dalam berbisnis. Permasalahannya adalah tepatkah strategi itu dipergunakan oleh perusahaan tersebut. Karena bila ternyata strategi yang diterapkan oleh perusahaan tersebut tidak sesuai dengan keadaannya, maka strategi tersebut akan mengakibatkan kegagalan bagi perusahaan tersebut.

Berbagai cara dapat dilakukan dalam rangka mencapai keberhasilan dan kesuksesan suatu perusahaan. Target perusahaan yang akan dicapai oleh suatu perusahaan tentunya harus didukung dengan adanya suatu strategi yang tepat agar perusahaan dapat mengalami peningkatan kualitas usahanya.

Strategi perusahaan dalam meningkatkan penjualannya dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan peningkatan promosi, persaingan harga dan kualitas produk yang baik yang tentunya akan mengakibatkan peningkatan biaya. Tentunya cara – cara seperti ini diharapkan dapat mempengaruhi tingkat penjualan secara signifikan.

Agar lebih mengerti dengan jelas mengenai apa saja yang mempengaruhi terhadap keputusan konsumen yang berbelanja di Vanela syari dengan ini penulis melakukan studi

penelitian terhadap Vanela syari , usaha yang bergerak dibidang produsen busana muslim yang berkualitas.

Kerudung atau jilbab merupakan kata yang tidak asinglagidiperdengarkan oleh telinga kita saat ini.Suatu kain yang berfungsi sebagai penutup aurat wanita kini sedang ramai dipergunakan sebagai *trend center* dunia fashion. Jilbab adalah pakaian yang wajib hukumnya dikalangan perempuan muslim. Agamalah yang mewajibkan perempuan Muslim memakai jilbab, berjilbab merupakan suatu hukum yang disyariatkan oleh agama Islam.Dalam ajaran Islam perempuan muslim diwajibkan menggunakan jilbab untuk menutup seluruh badan kecuali muka dan telapak tangan.

Perintah untuk berbusana muslimah yang sesuai syar'i dikhususkan kepada kaum wanita dengan pertimbangan karena yang menjadi pusat perhatian adalah kaum wanita.Oleh karena itu, disaat wanita yang sudah baligh berpergian keluar rumah maka wajib baginya untuk mengenakan busana yang sesuai dengan syar'i, yakni busana yang menutup aurat.Sementara busana yang sesuai dengan syar'iharus memenuhi beberapasyarattertentu.

Sebagaimana dijelaskan oleh Syaikh Muhammad Nasruddin al-Bani dalam A. Mudjab Mahali (2002: 212), yaitu menutup seluruh badan kecuali muka dan telapak tangan, tidak ada hiasan pada pakaian itu sendiri, kain yang tebal dan tidak tembus pandang, tidak sempit, tidak menyerupai pakaian laki-laki, tidak menyerupai pakaian orang kafir, dan pakaian yang tidak mencolok.

Dimana busana muslim, kini menjadi bisnis mode yang dilirik karena pasarnya yang cukup luas, terutama di Indonesia.Semakin berkembangnya mode busana muslim menjadikan bidang ini juga punya cukup banyak pesaing.Bukan hanya itu saja, busana muslim semakin

dilirik anak muda sebagai pilihan gaya busana harian. Dengan tetap patuh pada perintah Agama, pilihan busana muslim kini semakin gaya. Setiap perempuan lebih berani eksplorasi gaya dan tampil beda dengan busana muslim sesuai karakter personal. Dan sekarang ini baju muslim tidak cuma di sukai saja oleh kaum muslimin serta muslimat. Tidak sedikit kaum non-muslim yang membelok, mengikuti, serta mulai kenakan busana muslim. Sehingga situasi ini membuka peluang usaha untuk membuat busana muslim, dimana Vanela syari yang bermula dari merancang busana muslim sendiri untuk di pakai dalam kesehariannya beralih memproduksi sendiri busana muslim dikarenakan situasi ini yang membuka kesempatan usaha untuk meningkatkan keuntungan.

Penulisan skripsi ini didasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Vanela Syari di kota Padang, Serta belum adanya penelitian tentang bisnis pengaruh variabel variabel tersebut terhadap keputusan pembelian Vanela Syari di kota Padang.

Dimana visi Vanela syari adalah menjadi pelopor atau trend setter tempat khusus distributor busana muslim. Serta misinya mengenalkan produk-produk khusus busana muslim, menampilkan produk dengan desain yang modern dan motif yang beragam, dilengkapi dengan berbagai aksesoris dan koleksi jilbab yang menunjang produk busana muslim, memberikan pelayanan yang mudah dan memuaskan. Dan hal ini tergantung tentunya pada faktor – faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan adalah kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan faktor eksternal perusahaan adalah peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Dimana kekuatan yang dimiliki Vanela syari adalah bahannya nyaman dengan beraneka ragam pilihan warna, design yang trendy, kemajuan teknologi informasi, dimana bidang usaha Vanela Syari sistem pengiriman yang cepat, menggunakan

sistem pemasaran hingga ke mancanegara. Banyaknya mitra dan agen, menggunakan katalog untuk mempromosikan produk, mempunyai jaringan pemasaran yang luas. Kelemahan yang dimiliki Vanela Syari adalah suasana toko yang masih sederhana serta belum adanya cabang toko sehingga peluang untuk menambah keuntungan dan target penjualan yang lebih banyak pun menjadi tidak maksimal.

Vanela Syari merupakan salah satu bisnis yang bergerak di bidang jual beli pakaian muslim Syari dan bisnis ini menerapkan pesan terdahulu (PO) maupun barang ready sehingga konsumen yang ingin membeli bisa memesan terdahulu sesuai ukuran, tinggi badan, maupun model yang diinginkan oleh konsumen serta bisa langsung memilih barang yang ready sesuai keinginan konsumen sehingga sesuai dengan keinginan dari konsumen tersebut dan ada barang yang ready stock di toko konsumen dapat memilih model secara langsung tanpa menunggu lama barang yang ingin dibeli. Vanela Syari berada di daerah pusat perbelanjaan di kota Padang tepatnya di Gunung Pangilun. Vanela Syari telah menjadi salah satu toko busana muslim Syari yang memiliki nama besar untuk kalangan mereka yang memakai pakaian busana muslim Syari karena mempunyai keunggulan dalam kualitas produk, kualitas bahan, banyak variasinya, promosi yang baik sehingga membuat banyak orang-orang menjadi penasaran ingin membeli dan harganya yang bersahabat.

Secara teori keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Menurut Sumarwan et al (2010) keputusan pembelian merupakan keinginan dari konsumen untuk mewujudkan hasrat atau keinginannya terhadap sebuah produk dengan melakukan berbagai aktifitas tertentu. Selanjutnya Setiadi (2003) perilaku konsumen tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan,

mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi dalam bauran pemasaran produk. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Faure, (1935) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang dinyatakan dengan uang". Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan atas sebuah produk atau jasa. Harga menurut Ibn Shaddad & Richards, (2002) adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Penelitian yang dilakukan pada usaha ini akan menghasilkan data yang akan diolah sehingga menghasilkan informasi yang bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga bagi pemilik usaha itu sendiri.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa adalah Promosi. Menurut Lasa HS(2009:290) promosi adalah pertukaran informasi antar organisasi atau lembaga dengan konsumen dengan tujuan utamanya memberi informasi tentang produk atau jasa yang tersedia dalam organisasi dan membujuk calon konsumen untuk bereaksi terhadap produk. Menurut Basu Swastha DM dan Irawan (1999) promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa. Pendapat lain juga diungkapkan Tjiptono (1997:219) promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran, yakni aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, memberi, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Salah satu yang menjadi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah gaya hidup seseorang. Menurut Mowen (2001:282) gaya hidup merupakan pola perilaku hidup seseorang, pola dalam berbelanja dan mengalokasikan waktu

Berikut jumlah penjualan produk vanela syari pada bulan januari-oktober 2018.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah data penjualan Vanela syari di kota padang**  
**Tahun Januari -Oktober 2018**

<b>Bulan</b>	<b>Barang yang terjual</b>
Januari	180
Februari	190
Maret	192
April	220
Mei	222
Juni	285
Juli	235
Agustus	250
September	260
Oktober	280

*Sumber : Vanela syari*

**Tabel 1.2**

**Jumlah data penjualan Lodira shopdi kota padang  
Tahun Januari -Oktober 2018**

<b>Bulan</b>	<b>Barang yang terjual</b>
Januari	185
Februari	190
Maret	195
April	222
Mei	222
Juni	287
Juli	240
Agustus	258
September	270
Oktober	288

*Sumber : Lodira shop*

Pada Tabel 1.1 terlihat prospek penjualan vanela syari cukup menjanjikan, keadaan tersebut terlihat dari jumlah penjualan produk vanela syari yang cenderung meningkat pada bulan ke bulan,pada bulan januari sebanyak 180,Februari sebnayak 190,Maret sebanyak 220,pada bulan Mei sebanyak 222, dan mengalami peningkatan yang cukup tinggi pada bulan Juni dimana bulan juni bertepatan dengan waktu lebaran dan mengalami penurunan kembali bulan juli menjadi sebanyak 235, dan mengalami kenaikan lagi pada bulan Agustus sebanyak 250,pada bulan September sebanyak 260, dan mengalami peningkatan kembali hingga akhir bulan oktober.Berdasarkan tabel diatas keputusan konsumen membeli produk vanela syarilebih

sedikit dibandingkan dengan Produk Lodira shop. Hal tersebut terlihat di tabel 1.2 data penjualan dari Lodira shop yang dari jumlah penjualan dibulan Januari sampai Oktober lebih banyak di bandingkan jumlah penjualan produk vanela syari, dimana jumlah penjualan terbanyak juga terjadi pada waktu mendekati lebaran.

Berdasarkan Tabel diatas keputusan konsumen membeli produk vanela syari hanya mengalami peningkatan penjualan yang tinggi pada waktu hampir menjelang lebaran saja. Jikadilihat dari data penjualan produk Lodira Shop, produk yang memiliki kualitas dan jenis penjualan yang bisa di bilang sama, keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk Vanela syari jauh lebihrendah daripada keputusan konsumen membeli produk Lodira shop .

Jika melihat perkembangan penjualan produk vanela syari tentu sangat menjanjikan namun jumlah penjualan produk vanela syari bisa dikalahkan oleh produk yang sejenis yaitu produk Lodira shop, yang mana kualitas dan harga yang bisa di bilang relative sama. Jumlah penjualan terbanyak biasanya terjadi momen yang dianggap sakral seperti saat lebaran Hurriyati & Widiastuti (2008). Jika kita mengacu pada hari-hari tersebut tentu tidak akan menciptakan sebuah peningkatan volume penjualan. Oleh sebab itu penggunaan pemanfaatan strategi pemasaran sangat penting bagi perkembangan penjualan perusahaan. Dari data diatas terdapat masalah yang mana jumlah penjualan menurun setelah lebaran, karena konsumen yang membeli hanya ramai pada saat hari tertentu saja, sedangkan produk Lodira shoplebih banyak penjualan di bandingkan Vanela syari.

Strategi yang dilakukan oleh penjual berhubungan langsung dengan kegiatan pemasaran. Penjual menyadari bahwa menjaga eksistensi penjual harus dilakukan karena dengan hal itu bisa meningkatkan penjualan. Oleh sebab itu penjual harus meningkatkan beberapa hal dalam menarik pembeli untuk membeli Produknya.



Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang menyangkut sejauh mana pertimbangan para konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Vanela Syari di Kota Padang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syar'i di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syar'i di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh Gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syar'Idi Kota Padang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syari di kota Padang
2. Untuk menganalisis pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syari di kota padang

3. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen membeli produk Vanela syari di Kota Padang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Akademis :

Permasalahan yang diangkat didalam penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi yang dapat bermanfaat bagi peneliti di masa mendatang.

2. Bagi perusahaan:

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat suatu strategi ataupun kebijakan dalam mencapai tujuan-tujuan perusahaan.