

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Tidak terkecuali pada jaman sekarang yang dimana telah mengalami perkembangan dalam dunia usaha yang sangat pesat, segala bentuk kehidupan hidup masyarakat baik dilihat dari segi kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier merupakan suatu kebutuhan yang ingin dipenuhi, terpuaskan dan tercapai oleh manusia. Seiring dengan berkembang pesatnya mode berpakaian pada jaman sekarang, orang-orang terutama anak muda berusaha untuk tidak ketinggalan jaman dalam hal berpakaian dengan mengikuti mode yang sedang menjadi tren. Sehari-hari mereka berpakaian tidak ingin ketinggalan jaman dengan tren yang sedang “in”. Mereka seringkali mencoba ingin menjadi *trend setter*, dengan berpakaian unik dan kreatif. Hal ini membuat para anak-anak muda berlomba-lomba untuk tidak ingin ketinggalan jaman dalam berpakaian.

Perkembangan fashion di setiap kalangan, membuat aksesibilitas fashion bergerak ke seluruh penjuru dunia yang akhirnya berlomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk dipamerkan, diproduksi dan akhirnya di pasarkan kepada masyarakat. Membuat sesuatu yang unik, ditunjang dengan desain yang

berwawasan mengikuti arah gerak fashion setiap tahunnya. Fashion saat ini adalah merupakan salah satu sektor industri kreatif dan berbisnis dunia, termasuk indonesia dimana fashion memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi indonesia.

Dunia fashion di indonesia bisa dikatakan berkembang sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung dari berbagai sisi baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang berkembang pesat. Perkembangan dunia fashion menjadi hal penting berbagai kalangan baik muda atau tua. Akhir-akhir ini usaha di Indonesia bisnis yang menjanjikan adalah dunia fashion. Tidak jauh berbeda dengan Jakarta sebagai ibukota Indonesia, kota Bandung merupakan salah satu kota yang menjadi kota *trend fashion* yang ditawarkan di kota ini. Tak heran jika kota ini merupakan salah satu tempat wisata fashion yang menjadi incaran para masyarakat. Jenis fashion yang ditawarkan di kota ini seperti celana jeans, kemeja, jaket, kaos, sepatu, sweater, topi, tas, sandal dan beragam fashion lainnya.

Industri kreatif fashion sudah menjadi *icon* Kota Bandung. Kekuatan utama industri kreatif adalah desain produk keragaman produk, kekhususan merek, dan keunikan produk. Keberhasilan *creative fashion* di Bandung tidak terlepas dari keberadaan industri tekstil dan keunikan penindustriannya yaitu Distro.

Distro atau *clothing company* singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet* adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau produksi sendiri. Distro

umumnya merupakan industri kecil dan menengah (IKM) yang sandang dengan merk independen yang dikembangkan oleh kalangan muda. Produk yang dihasilkan oleh distro diusahakan untuk tidak diproduksi secara massa, agar mempertahankan sifat eksklusif suatu produk dan hasil kerajinan. Bentuk awal distro adalah usaha rumahan atau dibuat etalase dan rak untuk menjual t-shirt. (Nita Kartika Sari, 2016).

Konsep distro sendiri berawal pada pertengahan 1990-an di Bandung. Saat itu band-band independen di Bandung berusaha menjual *merchandise* mereka seperti CD/kaset, kaos, dan *sticker* selain ditempat mereka melakukan pertunjukan. Selain komunitas musik, akhirnya banyak komunitas lain seperti komunitas *punk* dan *skateboard* yang kemudian juga membuat toko-toko kecil untuk menjual pakaian dan aksesoris mereka. Meski begitu pada pergantian abad ke-20, arus utama mode mulai mengadopsi berbagai gaya yang berasal dari pinggir. (sumber : [www.djimsanclimbing.com](http://www.djimsanclimbing.com))

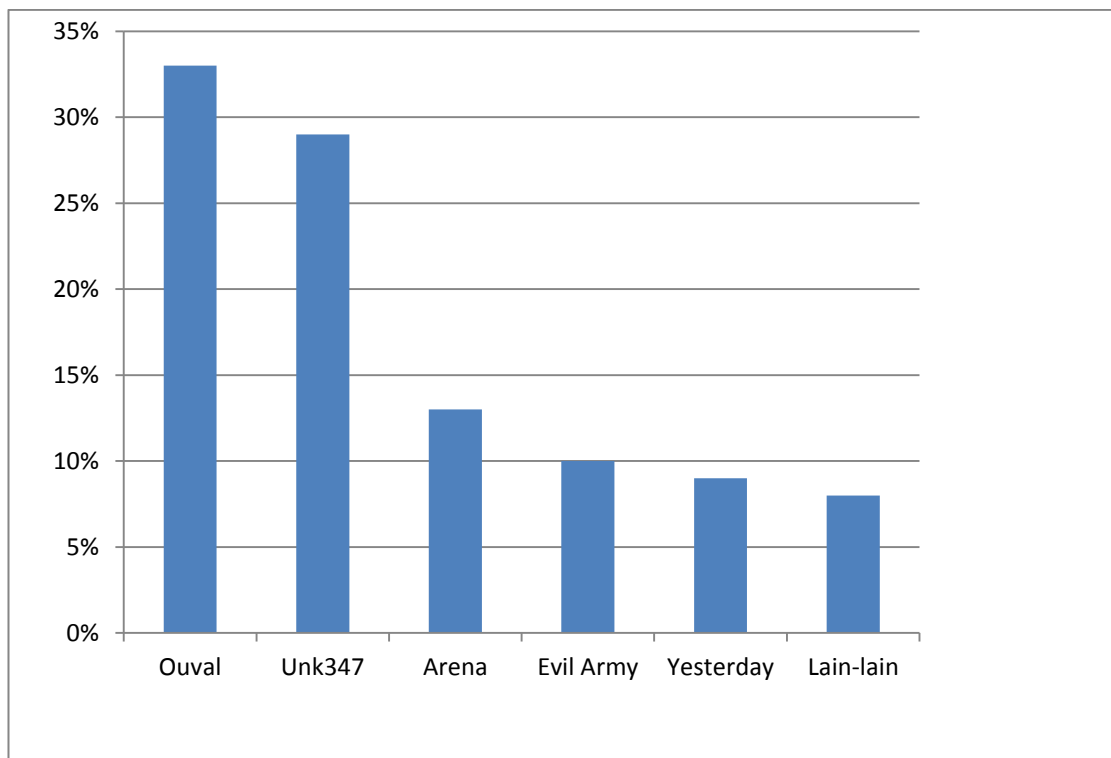
**Table 1.1**  
**Jumlah Distro di Kota Bandung**

Tahun	Jumlah Distro
2006-2009	480 Gerai
2010-2012	512 Gerai
2013-2015	574 Gerai

Sumber: <http://www.slideshare.net/stiemb/melit-black-jack>  
<http://bandungcreativecityblog.wordpress.com/tag/clothing>

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis *clothing*, terutama dibidang *distro*, untuk terus meningkatkan penjualannya

dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Berdasarkan data *market share* distro di Kota Bandung , menunjukkan bahwa banyaknya pesaing yang mulai mencoba mendominasi *clothing* di Indonesia. Berikut ini data *market share* distro berdasarkan data dari *Suave Magazine* di Kota Bandung pada Tahun 2015.



Sumber : Suave Magazine 2015.

**Gambar 1.1**

***Market Share Distro di Kota Bandung Tahun 2015***

Dilihat dari data *market share* diperoleh bahwa Distro Ouval berada di puncak dengan *market share* 34% dan Distro Yesterday berada di tingkat kelima dengan *market share* 9%. Hal ini membuktikan bahwa produk yang dihasilkan

oleh pihak Distro Yesterday tidak berkembang ini dikarenakan tidak adanya variasi-variasi produk atau produk baru yang diberikan kepada konsumen, oleh karena itu untuk memperoleh pangsa pasar dapat dilakukan dengan memberikan kepuasan kepada konsumen. Kepuasan merupakan faktor kunci yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan agar dapat unggul dalam persaingan yang semakin kompetitif, sudah dipastikan ada beberapa toko yang tutup disebabkan karena adanya ketidakpuasan konsumen akan produk yang dihasilkan. Konsumen yang tidak puas akan melakukan pembelian ditempat lain yang mereka nilai lebih baik.

Keadaan tersebut tidak lepas dari hadirnya beberapa pesaing yang menjadi pesaing terberat Distro Yesterday diantaranya adalah Distro UNKL 347 yang merupakan pemrakarsa *clothing company* di Bandung, Distro Ouval *Research* yang fokus desainnya lebih kearah *skate board*, Arena *Experience* yang terkenal produk-produk sepatunya. Dibanding pesaingnya, Distro Yesterday memiliki desain yang kurang menarik dibandingkan dengan *clothing company* tersebut.

Distro Yesterday adalah sebuah *concept store* yang berdiri sejak awal 2011. Usaha bisnis ini yang berada di tengah kota di Plaza Parahyangan Jl. Dalem Kaum. Distro yesterday merupakan salah satu distro yang menjual kaos dan topi. Distro Yesterday hanya memiliki satu cabang distro di Plaza Parahyangan. Yaitu di Lantai Empat blok R 20. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah store yang kurang menyenangkan yang berada di lantai empat dan terdapat beberapa masalah seperti desain produk kurang menarik perhatian konsumen dan

kurang lengkapnya produk yang dihasilkan seperti sepatu, sandal, tas, celana jeans dan kemeja.

Keadaan tersebut juga berdampak dan membuat tingkat penjualan yang berfluktuasi pada Distro Yesterday. Dikarenakan kurang inovasi, untuk menguatkan dengan adanya permasalahan di Distro Yesterday, penulis juga melihat data pendapatan produk Distro Yesterday dari tahun 2011- 2016.

Data yang disajikan sebagai berikut :

**Tabel 1.2**  
**Data Pendapatan Distro Yesterday**

No	Tahun	Pendapatan	Perubahan (%)
1	2011	Rp. 99.750.000	-
2	2012	Rp. 142.255.000	42,6%
3	2013	Rp. 189.925.000	33,5%
4	2014	Rp. 238.565.000	25,6%
5	2015	Rp. 201.250.000	15,6%
6	2016	Rp. 187.405.000	6,8%

*Sumber : Distro Yesterday*

Berdasarkan tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa pendapatan distro yesterday dari berdirinya tahun 2011 awal sampai dengan tahun 2014 selalu mengalami peningkatan, hal ini terjadi dikarenakan pada tahun-tahun tersebut persaingan tidak terlalu banyak sehingga produk-produk serta desain-desain yang dihasilkan dari para pesaing yang ada tidak terlalu banyak ditambah disetiap tahun pada bulan suci ramadhan transaksi penjualan selalu mengalami peningkatan yang signifikan hal ini dikarenakan kebutuhan akan fashion terutama yaitu produk kaos

Menjadi sebuah keharusan bagi setiap konsumen untuk membeli kaos terbaru untuk merayakan idul fitri. Namun pada tahun 2015 sampai dengan tahun 2016 distro yesterday mengalami penurunan hal ini terjadi dikarenakan semakin menjamurnya distro-distro di kota Bandung dengan bermacam persaingan-persaingan yaitu diwarnai dengan bermacam-macam produk-produk yang dihasilkan, rancangan *display* yang menarik dan juga desain-desain produk yang menarik. Strategi yang harus dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan menyusun strategi promosi yang mampu menarik konsumen agar konsumen dapat memutuskan untuk melakukan pembelian produk tersebut dengan maksud untuk memberikan informasi tentang adanya produk dengan kelebihan dan manfaatnya yang bertujuan untuk membujuk, mempengaruhi dan meyakinkan konsumen dan yang perlu dilakukan agar bisnis tersebut bertahan pelaku pengusaha harus dapat menciptakan produk-produk yang unik, kreatif dan unggul agar produk yang dijual laku dipasaran.

Menurut Handi (2009:132) menyatakan bahwa turunnya data transaksi bisa dipengaruhi oleh turunnya kepuasan konsumen. Apabila konsumen merasa puas maka akan ditandai dengan rasa senang dan bahagia, begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa sedih maka dapat dikatakan bahwa konsumen tersebut tidak puas. Selain itu, faktor-faktor lain juga seperti banyaknya konsumen yang mengeluh terhadap suatu produk juga menandakan bahwa tersebut merasa tidak puas terhadap suatu produk tersebut. Keluhan konsumen dijadikan sebagai salah satu alat untuk mengukur seberapa besar kepuasan konsumen.

Berikut ini adalah data keluhan konsumen :

Tabel 1.3

**Data Keluhan Konsumen Distro Yesterday Bulan Januari – Nopember 2016**

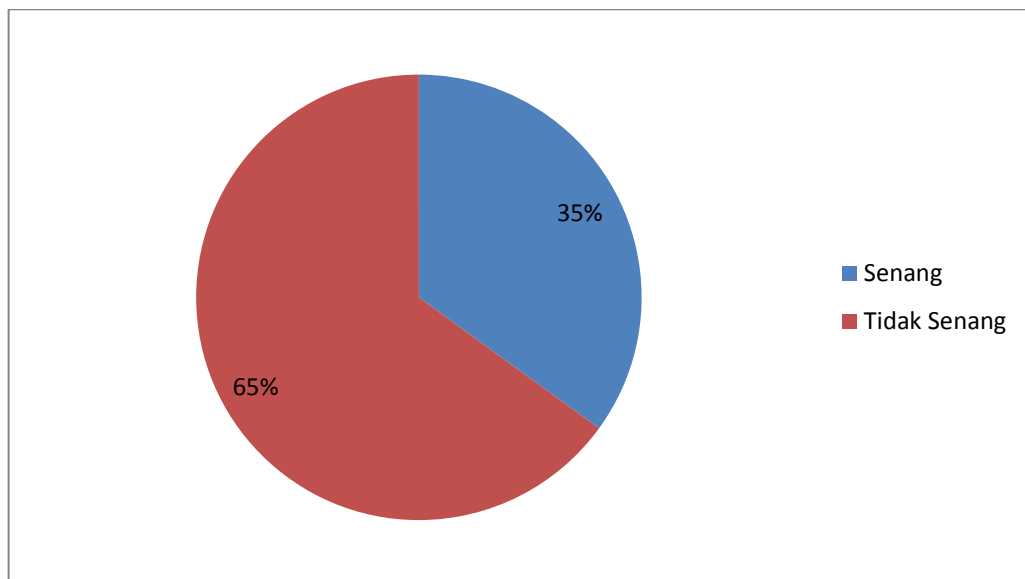
No	Waktu Keluhan	Keluhan Konsumen	Jumlah
1	Januari 2016	Desain Topi Luntur	6
2	Februari 2016	Sablon Mudah Rusak	9
3	Maret 2016	Kaos Luntur	6
4	April 2016	Jahitan tidak rapih	3
5	Mei 2016	Sablon mudah rusak	9
6	Juni 2016	Kaos luntur	5
7	Juli 2016	Jahitan tidak rapih	8
8	Agustus 2016	Kaos berbulu	4
9	September 2016	Sablon terkelupas	5
10	Oktober 2016	Jahitan tidak rapih	4
11	Nopember 2016	Kaos berbulu	5
<b>Total</b>			64

*Sumber : Distro Yesterday*

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas menunjukkan bahwa sebanyak 64 orang konsumen mengeluh, yaitu diantaranya 35 orang mengeluh karena kualitas produk yang dijual di distro Yesterday menurun dan 29 orang mengeluh karena desain produk di distro Yesterday kurang menarik sehingga konsumen menjadi kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Maka dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen pada distro Yesterday berada dalam kondisi tidak puas.



Selanjutnya untuk mengetahui lebih jauh mengenai masalah-masalah yang dihadapi, maka peneliti melakukan penelitian pendahuluan yaitu dengan cara membagikan kuisioner kepada 30 responden konsumen yang berkunjung ke Distro Yesterday. Hasil penelitian pendahuluan mengenai kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut :



**Gambar 1.2**

### **Hasil Penelitian Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen**

*Sumber : Hasil Penelitian Pendahuluan*

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada Gambar 1.2 menyatakan bahwa kepuasan konsumen di Distro Yesterday sebesar 35% merasa puas dan sekitar 65% merasa tidak puas. Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut ( Fandy Tjiptono 2010:160). Konsumen dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan umum jika kinerja dibawah harapan konsumen akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja

sesuai dengan harapan konsumen akan merasa sangat puas, senang atau gembira. Maka tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Sebagaimana yang dikatakan Kotler dan Keller (2012 : 144) yaitu kepuasan merupakan tingkat rasa setelah membandingkan tingkat kinerja yang dia rasakan dengan harapan-harapannya, dimana dilihat dari data diatas masih belum memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa tidak puas.

Melihat penyebab fenomena yang terjadi, penulis juga melakukan penelitian pendahuluan dengan membagikan kuesioner kepada 30 responden. Penelitian pendahuluan bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dan menyebabkan kepuasan konsumen yang berdampak pada menurunnya tingkat penjualan di distro Yesterday. Faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah bauran pemasaran. Hasil penelitian pendahuluan pada Distro Yesterday yang penulis sajikan yaitu :

**Tabel 1.4**

**Hasil Kuesioner Pendahuluan Tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketidakpuasan Konsumen di Distro Yesterday**

<b>Bauran Retail</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
<i>Product</i>	1. Produk Yesterday memiliki beragam desain	1	3	4	14	8
	2. Produk Yesterday memiliki kualitas baik	7	6	8	9	-
<i>Price</i>	3. Harga sesuai dengan kualitas produk	7	8	10	5	-

<b>Bauran Retail</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>CS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
	4. Harga relatif lebih murah dibandingkan dengan pesaing	4	8	8	10	-
<i>Place</i>	5. Lokasi/tempat Distro Yesterday terjangkau	6	7	12	5	-
	6. Jalan masuk ke distro dari jalan raya mudah	7	6	11	6	-
<i>Promotion</i>	7. Iklan di media sosial membuat saya tertarik	5	7	10	5	3
	8. Diskon yang diberikan membuat saya tertarik	4	9	11	4	2
<i>People</i>	9. Karyawan mempunyai wawasan tentang produk distro yesterday	4	6	15	5	-
	10. Karyawan distro berpenampilan rapi dan sopan	8	9	12	1	-
<i>Process</i>	11. Proses dalam menanggapi pesanan sangat cepat	8	9	8	5	-
	12. Proses pengiriman produk sangat cepat	5	8	10	6	1
<i>Physical Evidence</i>	13. Kenyamanan saat belanja pakaian distro yesterday	2	4	7	10	7

Bauran Retail	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS
	14. Kebersihan saat belanja pakaian di distro yesterday	3	4	9	8	6

*Sumber : Hasil penelitian pendahuluan*

Berdasarkan hasil penelitian pendahuluan pada tabel 1.4 terdapat masalah yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen di distro yesterday yaitu keragaman produk dan store atmosphere. Hasil penelitian pendahuluan menunjukkan bahwa keragaman produk mengalami masalah. Melihat banyaknya pesaing distro yang memiliki keragaman produk yang beragam, maka ini akan menjadi perhatian khusus bagi pelaku usaha distro untuk lebih memperhatikan keragaman produk. Pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada. Selain itu dapat dilakukan penelitian untuk menciptakan produk baru dengan model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mampu menciptakan ataupun menawarkan produk baru akan menghadapi risiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif dan lebih inovatif, adanya perubahan selera konsumen, munculnya teknologi baru dalam proses produksi.

Selain keragaman produk, suasana toko atau yang biasa disebut *store atmosphere* juga mengalami masalah digambarkan sebagai citraan visual dan gambar dari sebuah toko yang mungkin mempengaruhi kenyamanan pelanggan sebagai orang yang menerima citra visual tersebut. Suasana toko juga merupakan salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Jika suasana

toko yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan harapan konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercipta, tetapi jika suasana toko yang tersedia tidak membuat pelanggan nyaman atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan maka kepuasan pelanggan tidak akan tercipta, untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen melalui suasana toko, maka pemilik toko harus memberikan kenyamanan toko untuk dapat memuaskan kepuasan konsumen. (Nova Juwita Hersanti dan Kusuma Ratnawati, 2012).

Hubungan antara keragaman produk dengan kepuasan konsumen juga diterangkan oleh jurnal Yuda Wardaya (2015) menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara variabel independen terhadap dependen yaitu keragaman produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan oleh adanya kecenderungan pada pembeli yang menghendaki adanya suatu kemudahan dan penghematan biaya yang dapat diperoleh dalam memenuhi seluruh kebutuhannya.

Hubungan antara store atmosphere dengan kepuasan konsumen juga diterangkan oleh jurnal Renita Gina Sistania (2011) menunjukkan hasil penelitian bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara variabel independen terhadap dependen yaitu store atmosphere terhadap kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan konsumen ingin adanya rasa kenyamanan saat berbelanja dalam memenuhi seluruh kebutuhannya. Dengan demikian, keragaman produk dan store atmosphere yang diterapkan pada distro yesterday dianggap kurang maksimal. Harapan konsumen terhadap keragaman produk dan store atmosphere yang dilakukan pihak distro tidak berbanding lurus dan hal itu menyebabkan tingkat

kepuasan konsumen masih rendah. Hubungan keragaman produk dan store atmosphere terhadap kepuasan konsumen diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Siti Fazriah (2015) yang menunjukkan bahwa keragaman produk dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian sejauh mana keragaman produk dan store atmosphere berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan menyajikan dalam suatu karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Keragaman Produk dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung”**.

## **1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah**

Pada sub-bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah mengenai keragaman produk, store atmosphere dan kepuasan. Identifikasi masalah diperoleh dari latar belakang penelitian, sedangkan rumusan masalah menggambarkan permasalahan yang akan diteliti.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Mengacu pada latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka dalam melakukan penelitian ini, penulis mengidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Terjadi persaingan distro yang ketat di Kota Bandung
2. Desain produk kurang menarik perhatian konsumen.

3. Data penjualan distro yesterday pada tahun 2016 berfluktuasi dikarenakan semakin menjamurnya distro di Kota Bandung
4. Kurang lengkapnya produk-produk yang dihasilkan oleh pihak distro yesterday seperti tas, sandal, sepatu, celana jeans, sweater , jaket, kemeja, dan beragam fashion lainnya.
5. Tidak memiliki ruang ganti pakaian sehingga konsumen merasa kurang nyaman.
6. Rancangan *display* pakaian yang tidak menarik perhatian pelanggan.
7. Banyaknya keluhan konsumen pada distro Yesterday

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keragaman produk di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai store atmosphere di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung.
4. Seberapa besar pengaruh keragaman produk dan store atmosphere mengenai kepuasan konsumen di Distro Yesterday Plaza Parahyangan Kota Bandung baik secara simultan maupun parsial.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian di Distro Yesterday Kota Bandung adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Tanggapan konsumen mengenai keragaman produk pada distro Yesterday.
2. Tanggapan konsumen mengenai store atmosphere pada distro Yesterday.
3. Tanggapan konsumen mengenai kepuasan konsumen pada distro Yesterday.
4. Besarnya pengaruh keragaman produk dan store atmosphere mengenai kepuasan konsumen pada distro yesterday, baik secara simultan dan parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Bagian ini akan menjelaskan kegunaan penelitian yang dibagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan secara akademis dan praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini ditunjukan untuk menguji apakah variabel keragaman produk dan store atmosphere dapat memperlihatkan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian inilah yang diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Bagi Penulis

Penelitian ini akan dapat menambah wawasan dan pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan ilmu pengetahuan ekonomi yang ada



hubungannya dengan masalah keragaman produk dan store atmosphere.

## 2. Bagi Pihak Distro Yesterday

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi distro sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam menerapkan suasana toko yang nyaman dan keragaman produk yang baik di masa yang akan datang.

## 3. Bagi Pihak Lain

Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi untuk menambah pengetahuan dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan selanjutnya.