

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Persaingan bisnis di Indonesia semakin berkembang dengan pesat, hal ini bisa dilihat dari semakin banyaknya toko-toko yang terus bermunculan di Indonesia. Termasuk bisnis distro pakaian. Hal yang mempengaruhi berkembangnya industri distro ini karena sandang merupakan salah satu kebutuhan primer manusia. Selain itu semakin meningkatnya populasi juga menjadi salah satu alasan cukup tingginya permintaan konsumen terhadap produk pakaian. Di era milenial ini, gaya atau *style* dalam berbusana bagi anak-anak muda dikota besar merupakan salah satu hal yang penting yang mempengaruhi permintaan terhadap produk pakaian itu sendiri.

*Fashion* sudah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Sebab itulah mengapa industri pakaian semakin berkembang dengan baik. Selain itu dengan masuknya kultur budaya dari luar dan berkembangnya dikalangan remaja Indonesia menjadi salah satu keuntungan pada industri pakaian khususnya pakaian jadi. Sehingga pakaian tidak menjadi sesuatu yang asing lagi dan fungsinya bukan hanya pelindung tubuh saja. Tetapi sudah menjadi salah satu modal dalam dunia fashion.

Bandung yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan juga terkenal sebagai *icon fashion* juga turut membantu mendongkrak wisatawan baik asing maupun domestik dalam perkembangan industri pakaian di kota Bandung. Selain itu juga banyaknya pendatang yang masuk turut membantu perkembangan

bisnis di kota ini. Hal ini menjadikan kota Bandung sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Asia dan menempati peringkat ke-empat. Hasil tersebut didapatkan dari survey independen yang dilakukan terhadap wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara di situs jejaring sosial facebook. Bandung merupakan salah satu tujuan wisata di Asean. Seperti yang dijelaskan oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Jawa Barat, Nunung Sobari (2015): Survei: Bandung kota terfavorit wisatawan se-ASEAN; [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com). mengatakan kota Bandung Menempati urutan pertama sebagai kota favorit di Asean. Berikut adalah tabel peringkat destinasi wisata favorit yang terletak di kawasan Asia:

**Tabel 1.1**  
**Peringkat Destinasi Wisata Favorit di Asia**

No	Nama Kota
1	Bangkok (Thailand)
2	Seoul (Korea Selatan)
3	Mumbai (India)
4	Bandung (Indonesia)

Sumber: [www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com)

Berdasarkan hasil dari tabel 1.1, bisa dilihat bahwa Indonesia khususnya kota Bandung berada di peringkat ke-empat dalam destinasi wisata favorit di Asia. Hal ini terjadi karena kota Bandung merupakan surga bagi para wisatawan baik wisata tempat, wisata kuliner maupun wisata belanja. Karena Bandung dikenal sebagai kota mode yang menarik wisatawan untuk berkunjung ke kota ini. Bandung yang merupakan salah satu kota tujuan wisata bisa dilihat dari banyaknya wisatawan-wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke kota Bandung untuk menikmati keindahan baik alam maupun keindahan kota.

Berikut merupakan jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara di kota Bandung pada tahun 2011-2016:

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Wisatawan di kota Bandung tahun 2012-2016**

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2012	176.855	5.080.584	5.257.439
2013	176.432	5.388.292	5.564.724
2014	180.143	5.627.421	5.807.564
2015	183.932	5.877.162	6.061.094
2016	193.036	5.927.589	6.120.625

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Bandung

Berdasarkan data diatas dapat dilihat jumlah wisatawan yang berkunjung ke kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya dan selalu diatas 5 juta yang berarti bahwa wisatawan yang berkunjung ke Bandung masih banyak dan stabil. Hal ini menandakan masih banyaknya wisatawan yang berkunjung dikarenakan kota Bandung masih menarik perhatian para wisatawan sebagai salah satu destinasi wisata baik kuliner maupun belanja. Selain itu banyaknya wisatawan domestik dikarenakan akses yang lebih mudah bagi masyarakat yang tinggal di luar kota untuk memasuki kota Bandung. Hal ini membuktikan bahwa Bandung dianggap memiliki potensi pasar yang besar.

Selain dari banyaknya Wisatawan yang datang ke kota Bandung, tingginya tingkat penduduk di kota Bandung sendiri juga menjadi salah satu faktor menjamurnya industri-industri yang bergerak di sektor sandang. Karena setiap penduduk pasti memerlukan pakaian untuk digunakan. Selain itu dengan tingginya jumlah penduduk di kota Bandung maka menjadi salah satu peluang yang dilirik oleh para pengusaha untuk mendirikan usahanya di kota Bandung. Berikut jumlah penduduk di kota Bandung:

**Tabel 1.3**  
**Jumlah Penduduk pada tahun 2011-2016**

Tahun	Jumlah Penduduk
2011	2.429.176
2012	2.444.617
2013	2.458.503
2014	2.470.802
2015	2.481.469
2016	2.490.622

Sumber: bandungkota.bps.go.id

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perkembangan jumlah penduduk dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Hal tersebut juga bisa menjadi peluang para pebisnis di bidang sandang seperti distro atau *factory outlet* untuk mengembangkan bisnisnya karena kota Bandung memiliki jumlah penduduk yang banyak sehingga bisnis pakaian dapat terus berkembang. Dengan banyaknya jumlah penduduk di kota Bandung membuat bisnis pakaian menjadi salah satu bisnis yang sangat potensial karena sandang merupakan hal pokok manusia dan setiap manusia membutuhkan pakaian.

Selain itu karena perkembangan zaman yang semakin maju, pakaian tidak hanya sebagai kebutuhan untuk sekedar menutupi tubuh tetapi sudah termasuk dalam *trend* di dalam kehidupan bermasyarakat. Karena pakaian adalah salah satu sarana komunikasi, seseorang dapat melihat kepribadian seseorang dari pakaian yang ia gunakan dan sebagai bentuk ekspresi identitas diri setiap manusia. *Fashion* ini sendiri tidak dapat dijauhkan dari anak muda atau remaja karena kebutuhan mereka dalam mencari identitas diri dan eksistensi di dalam lingkup pergaulannya. Bagi mereka, *fashion* merupakan hal yang wajib diperhatikan dalam setiap penampilan mereka. Karena hal ini lah mulai menjamur distro-distro di Indonesia. Hal ini karena distro memberikan pilihan bagi anak muda milenial

karena memanjakan selera mereka dalam berbusana mulai dari kaos, jaket, sweater, celana *jeans*, topi dan aksesoris lainnya. Distro sudah menjadi fenomena baru yang hadir di kota-kota besar di Indonesia khususnya di Bandung. Keberadaan distro menjadi salah satu *Trendsetter* untuk menghadirkan gaya berbusana ala remaja dengan segala macam keunikan didalamnya. Selain itu, perkembangan perindustrian di bidang ekonomi kreatif juga salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena semakin berkembangnya perekonomian tentu perlu ditunjang dengan kekuatan serta kemampuan sumber dayanya. Sesuai dengan UU no 3 tahun 2014 tentang Perindustrian “bahwa pembangunan nasional di bidang bidang ekonomi yang kukuh melalui pembangunan industry yang maju sebagai motor penggerak ekonomi yang didukung oleh kekuatan dan kemampuan sumber daya yang tangguh. Berikut peneliti sajikan data kontribusi subsektor industri kreatif dikota Bandung tahun 2017 sebagai berikut:

**Tabel 1.4**  
**Kontribusi Subsektor Industri Kreatif di Kota**  
**Bandung Tahun 2017**

No	Industri Kreatif	Subsektor PDB	Persentase
1	Periklanan	8.305.034.467	7,93%
2	Arsitektur	4.134.446.695	3,95%
3	Pasar Barang Seni	685.870.805	0,65%
4	Kerajinan	10.170.688.435	10,82%
5	Kuliner	16.080.768.980	15,62%
6	Desain	6.159.598.596	5,88%
7	<i>Fashion</i>	45.803.769.843	43,71%
8	Video, Film, Fotografi	250.431.983	0,24%
9	Permainan Interaktif	337.392.321	0,32%
10	Musik	3.824.179.411	3,65%
11	Seni Pertunjukan	124.467.644	0,12%
12	Penerbit dan Percetakan	4.283.989.793	4,09%
13	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.040.637.861	0,99%
14	Televisi dan Radio	2.136.827.023	2,03%

Sumber: [www.Kompas.com](http://www.Kompas.com)

Berdasarkan data pada tabel 1.4 diatas, menurut Kompas terdapat 14 subsektor yang telah ditetapkan oleh departemen perdagangan sebagai industri kreatif yang berkontribusi di kota Bandung pada tahun 2017. PDB industri kreatif di kota Bandung sendiri didominasi oleh industri *fashion* sebesar 43,71%. *Fashion* sendiri merupakan jenis usaha yang beberapa tahun ini banyak dijadikan sebagai lading usaha bagi pengusaha di kota Bandung.

Distro sendiri merupakan kepanjangan atau singkatan dari *distribution clothing* atau *distribution outlet*. Distro merupakan tempat titipan produksi barang. Produksi barang ini diterima dari berbagai macam *merk* perusahaan *clothing* lokal yang memproduksi sendiri produknya seperti kaos, tas, dompet, jaket dll. Distro pertama kali dibuka di Bandung untuk menjual produk-produk dari band luar negeri khususnya band-band *underground* dengan *apparel* maupun perlengkapan untuk *skateboard*. Sedangkan distro pertama yang menjual barang dari produksinya sendiri adalah Anonim, disusul oleh Flashy dan Cynical md di Jakarta. Istilah distro inipun kemudian dikenal dengan toko atau retail yang menjual produk-produk khusus *merchandise* band *indie* lokal dari berbagai perusahaan *clothing* atau vendor.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha kerakyatan yang diamanatkan oleh undang-undang, bidang-bidang yang termasuk ke dalam UMKM yaitu *fashion*, kuliner, kerajinan hingga pertanian. UMKM sendiri memiliki peranan yang strategis dalam pembangunan ekonomi karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM sendiri lebih tangguh dibandingkan usaha-usaha lain yang lebih besar ketika terjadi krisis perekonomian. Hal ini menandakan bahwa UMKM sendiri perlu

mendapat perhatian yang lebih dari pemerintah maupun masyarakat agar dapat lebih berkembang dan lebih kompetitif.

Pemerintah sendiri sebagai salah satu pihak yang memiliki kekuasaan dalam membuat satu kebijakan diharapkan dapat mendukung pertumbuhan UMKM. Peningkatan kualitas sumber daya manusia yang dimiliki menjadi salah satu hal yang perlu dipertimbangkan oleh pemerintah agar kedepannya UMKM yang sudah ada dan yang akan tumbuh dapat bersaing di era modern ini. Sesuai dengan UU no 20 tahun 2008 pasal 3 tentang UMKM “bahwa usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan”.

Berikut peneliti sajikan data jenis industri *fashion* di kota Bandung tahun 2014 sampai dengan tahun 2017 sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Jenis Industri Fashion di Kota Bandung**

Jenis Usaha	Tahun		
	2014-2015	2015-2016	2016-2017
<i>Distribution Outlet</i>	480	512	574
<i>Clothing</i>	50	75	90
<i>Factory Outlet</i>	80	115	150

Sumber: bandungcreativecity.wordpress.com

Berdasarkan data diatas perkembangan distro di Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya dan industri *fashion* yang mengalami perkembangan yang paling pesat yaitu distro. Hal ini menandakan bahwa distro merupakan peluang bisnis yang menguntungkan bagi pelaku usaha dalam mendirikan suatu bisnis di bidang *fashion*. Meningkatnya usaha dibidang *fashion* ini khususnya distro menjadi suatu peluang usaha karena daya tarik terhadap distro meningkat

tetapi hal ini pun menjadikan ancaman karena dengan semakin besarnya pasar di bidang distro ini tentu tingkat persaingan terhadap usaha serupa juga semakin meningkat. Persaingan yang ketat ini membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam melakukan keputusan pembelian.

Kota Bandung memiliki beberapa distro yang mendominasi dalam bidang *fashion*. Distro yang paling mendominasi yaitu Ouval Research dan UNKL 347, kedua distro tersebut merupakan distro terbesar di kota Bandung. Berikut adalah data persaingan beberapa distro di kota Bandung berdasarkan data penjualan tahun 2017 berikut ini:

**Tabel 1.6**  
**Data Penjualan distro di kota Bandung tahun 2017**

No	Nama Perusahaan	Data Penjualan ( <i>pieces</i> )
1	Ouval Research	30.142
2	UNKL 347	24.160
3	Evil Army	11.470
4	Arena Experience	9.982
5	Cosmic	9.410
6	Badger	6.372
7	Gummo	5.873
8	Bloods	5.440
9	Wadezig!	5.120
10	Hustle	3.505

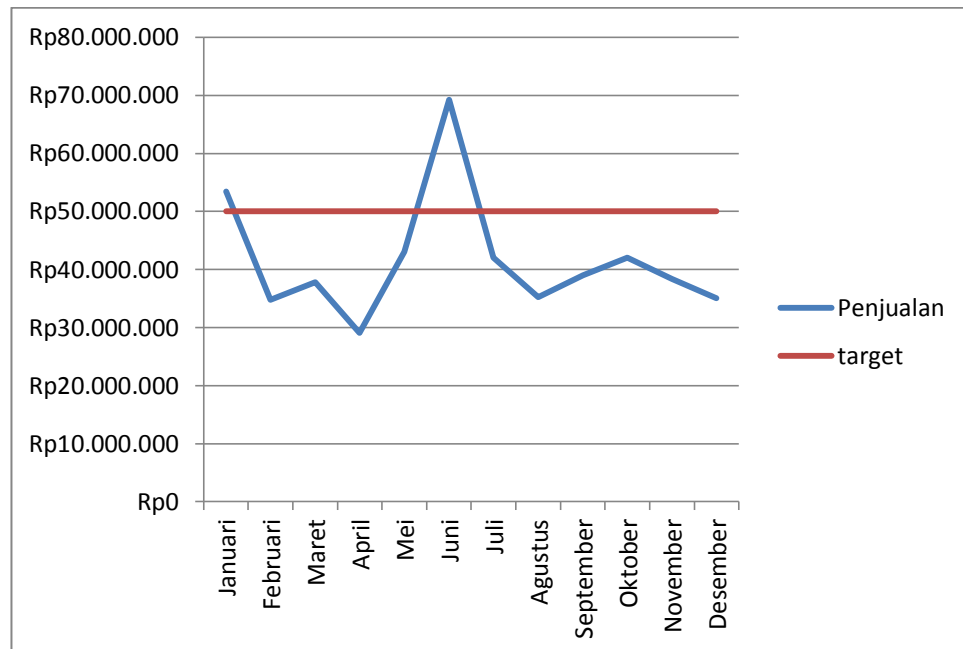
Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan kota Bandung

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari 10 distro yang memiliki penjualan paling rendah yaitu distro Hustle yaitu hanya sebesar 3.505 *pieces* sedangkan distro yang memiliki penjualan paling tinggi yaitu Ouval Research sebesar 30.142 *pieces*. Hal ini menandakan bahwa distro Hustle masih dibawah dibandingkan distro lainnya.

Berdasarkan data-data diatas yang dikemukakan diatas, penulis tertarik dalam melakukan penelitian pada distro Hustle. Selain itu penulis juga telah



melakukan wawancara dengan *owner* dari Distro Hustle pada tanggal 19 Maret 2018. Didapat pula penjualan di distro hustle:



Sumber: Distro Hustle, 2017

**Gambar 1.1**  
**Data Penjualan Distro Hustle Tahun 2017**

Berdasarkan grafik 1.1 dapat dilihat bahwa distro Hustle menetapkan target penjualan setiap bulannya sebesar Rp 50.000.000,-. Dari hasil penjualan yang telah diperoleh selama tahun 2017, penjualan pakaian di distro Hustle mengalami fluktuasi setiap bulannya, sehingga dapat terlihat bahwa hasil penjualan yang mencapai target terjadi pada bulan Januari dan Juni. Dimana pada bulan Juni terjadi kenaikan penjualan yang signifikan hal ini dikarenakan bertepatan dengan adanya Hari Raya Idul Fitri, sehingga sangat mempengaruhi terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam memenuhi kebutuhan primernya. Sedangkan pada bulan Juli hasil penjualan kembali seperti semula. Selain itu dalam 2 bulan terakhir terjadi penurunan penjualan. Hal ini menjelaskan bahwa tingkat penjualan masih rendah di Distro Hustle dapat dilihat dari target 50

juta selama satu tahun hanya tercapai sebanyak 2 kali. Manajemen dari distro Hustle sendiri perlu mencermati faktor penyebab target penjualan yang belum maksimal. Diidentifikasi faktor penyebab tidak tercapainya penjualan produk di Distro Hustle yaitu terjadi penurunan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Salah satu penyebab menurunnya keputusan pembelian ini dikarenakan meningkatnya jumlah distro di kota Bandung. Dengan banyaknya jumlah distro, konsumen lebih memilih untuk mencari distro yang menawarkan kualitas yang lebih baik.

Secara umum pengambilan keputusan merupakan suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang sudah ada. Menurut Kotler dan Keller (2012:296) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah tahap penilaian keputusan pembelian yang menyebabkan konsumen membentuk pilihan yang tergabung dalam satu perangkat terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan penyalur, jumlah pembelian dan waktu pembelian. Tidak menutup kemungkinan, konsumen juga akan membentuk suatu maksud dalam melakukan pembelian dan melakukan keputusan pembelian pada merek atau produk yang disukai.

Selain itu, salah satu hal yang harus diperhatikan oleh produsen untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah dengan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan masyarakat seperti memperhatikan merek produk, kualitas, pelayanan, desain yang ditawarkan serta harga yang dapat bersaing secara kompetitif, sehingga hal ini bertujuan agar proses pemasaran dalam suatu perusahaan dapat maju dan berkembang sehingga konsumen meningkat.

Untuk mengetahui lebih jauh fenomena yang terjadi, penulis melakukan pra survey untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Distro Hustle. Pra survey dilakukan dengan menyebarkan kepada 30 responden yang berbelanja di Distro Hustle mengenai sejumlah faktor yang dianggap dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil pra survey penulis sajikan pada tabel 1.6 sebagai berikut:

**Tabel 1.7**  
**Data Hasil Pra Survey Mengenai Faktor-Faktor yang diduga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Hustle Bandung**

No	Pernyataan	Jawaban		Total Responden	Persentase Skor Tidak Setuju
		Setuju	Tidak Setuju		
1	Produk di Hustle memiliki kualitas yang baik	10	20	30	66%
2	Harga produk di Hustle lebih murah dibandingkan dengan pesaing	28	2	30	6%
3	Lokasi Distro Hustle mudah di akses	21	9	30	30%
4	Promosi yang ditawarkan Hustle menarik perhatian	27	3	30	10%
5	Memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan	26	4	30	13%
6	Saya merasa puas dengan pelayanan pegawai di Distro Hustle	9	21	30	70%
7	Saya merasa nyaman dengan suasana toko di Distro Hustle	28	2	30	6%

Sumber: Diolah oleh Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel hasil pra survey diatas, dari 30 responden yang memberikan tanggapan terhadap distro Hustle, sebanyak 66% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju mengenai produk di Hustle memiliki kualitas yang baik, lalu untuk aspek harga produk di distro Hustle lebih murah dibandingkan dengan pesaing sebanyak 6% dari total responden menyatakan tidak setuju, selanjutnya sebanyak 30% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju

mengenai lokasi distro Hustle mudah diakses, untuk aspek promosi yang ditawarkan oleh distro Hustle menarik perhatian sebanyak 10% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju, untuk aspek proses dalam melakukan pemesanan mudah sebanyak 13% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju, selanjutnya sebanyak 70% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh distro Hustle, lalu sebanyak 6% dari jumlah responden menyatakan tidak setuju dengan aspek kenyamanan didalam toko di distro Hustle. Dapat dilihat bahwa terjadi masalah dari sisi kualitas produk serta kualitas pelayanan yang dilakukan oleh distro Hustle sehingga mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Selain melakukan pra survey, peneliti juga melakukan wawancara kepada beberapa konsumen di distro Hustle mengenai tanggapan tidak setuju yang diberikan dan sebagian besar konsumen menyatakan bahwa kualitas produk di distro Hustle masih kurang baik serta kenyamanan produk juga masih tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan ketidakpuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai di distro Hustle seperti kurang tanggapnya pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Berdasarkan dari hasil pra survey dan wawancara yang telah dilakukan, terlihat bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang terjadi di distro Hustle masih belum maksimal. hal-hal ini juga berpengaruh terhadap turunnya pembelian yang terjadi di distro Hustle.

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa faktor yang cukup dominan yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:131) menjelaskan bahwa

“kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”. Kualitas pelayanan merupakan salah satu keharusan yang dilakukan oleh perusahaan karena di masa kini pelayanan menjadi salah satu alasan konsumen melakukan sebuah keputusan pembelian.

Selanjutnya menurut Kotler dan Keller yang telah dialih bahasakan oleh Bob Sabran (2012:396) menyatakan bahwa “kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan”. Kualitas dari suatu produk merupakan salah satu aspek penting yang harus dimiliki perusahaan. Karena apabila suatu produk memiliki kualitas yang baik tentu akan memberikan kesan yang positif dari konsumen karena dengan kualitas yang baik tentu saja konsumen bersedia untuk mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Distro Hustle Bandung dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survey pada Distro Hustle Bandung)”**.

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

Dalam sub bab ini penulis akan membuat identifikasi masalah dan rumusan masalah dan rumusan masalah mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Dimana terdapat fenomena-fenomena masalah dalam variabel tersebut. Penulis meneliti fenomena tersebut dan membuat identifikasi masalahnya serta merumuskan permasalahan-permasalahan yang ada di latar belakang penelitian.

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang penelitian yang telah diuraikan penulis dapat mengidentifikasi sebagai berikut :

1. Tingginya persaingan di usaha yang sejenis di Kota Bandung
2. Bertambahnya pesaing yang mengeluarkan produk sejenis di Kota Bandung setiap tahun
3. *Market Share* produk distro Hustle sangat rendah
4. Penjualan produk distro Hustle fluktuatif
5. Kualitas produk distro Hustle masih dibawah produk lain
6. Tingkat kenyamanan produk masih belum memenuhi ekspektasi konsumen
7. Pelayanan pegawai di Distro Hustle belum memenuhi harapan konsumen.
8. Kurang tanggapnya pelayanan pegawai distro Hustle terhadap konsumen.
9. Keputusan pembelian produk distro Hustle rendah

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diajukan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas produk di Distro Hustle Bandung.
2. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Distro Hustle Bandung.
3. Bagaimana tanggapan konsumen mengenai keputusan Pembelian pada Distro Hustle Bandung.

4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Distro Hustle Bandung

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus dicapai mengacu pada rumusan masalah penelitian, adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut:

1. Tanggapan para konsumen mengenai kualitas produk yang dimiliki oleh Distro Hustle Bandung.
2. Tanggapan konsumen mengenai kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Distro Hustle Bandung.
3. Tanggapan konsumen mengenai keputusan pembelian di Distro Hustle Bandung.
4. Besarnya pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Distro Hustle Bandung baik secara simultan maupun parsial.

### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian ini terbagi dua antara lain kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

#### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Adapun kegunaan teoritis ini adalah:

1. Dapat memperkaya teori-teori mengenai Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian.

2. Dapat memperkaya konsep atau teori yang menunjang perkembangan ilmu pengetahuan bidang kajian manajemen pemasaran.

#### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Adapun kegunaan praktis ini adalah:

1. Bagi Penulis
  - a. Peneliti mengetahui perkembangan industri *fashion* di Indonesia khususnya di kota Bandung.
  - b. Dengan penelitian ini penulis lebih mengetahui kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan yang ada di Distro Hustle Bandung. Serta mengetahui permasalahan apa yang terjadi disana.
  - c. Peneliti dapat mengetahui hal-hal yang mempengaruhi proses keputusan pembelian di Distro Hustle Bandung.
  - d. Peneliti dapat mengetahui aktivitas dari seluruh karyawan di dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen di Distro Hustle Bandung.
  - e. Dapat mengetahui aktivitas dari pengunjung baik yang membeli produk di Distro Hustle Bandung.
2. Bagi Distro Hustle Bandung
  - a. Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam Kualitas Produk dan Kualitas Produk.
  - b. Hasil penelitian diharapkan dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan



c. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menangani masalah yang dihadapi berkaitan dengan tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap distro Hustle Bandung

3. Bagi Pihak Lain

a. Sebagai masukan bagi penulis lain yang sedang melakukan penelitian dengan bidang kajian yang sejenis

b. Sebagai referensi penelitian-penelitian lain yang sejenis

c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, wawasan secara langsung dalam menghadapi permasalahan yang ada di dalam dunia kerja serta dapat digunakan untuk latihan menerapkan antara teori yang didapat dari bangku kuliah dengan dunia kerja.

d. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memperkaya cara berfikir dan sebagai bahan referensi tambahan untuk penelitian ilmiah yang akan dilakukan oleh peneliti lain.