# **BAB I**

# **PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang Penelitian**

Berkembang pesatnya mode berpakaian pada jaman sekarang ini tidak jauh dari peran kalangan yang berusaha untuk tidak ketinggalan jaman dalam hal berpakaian dengan mengikuti mode yang sedang tren. Perkembangan fashion ini membuat aksebilitas fashion bergerak ke seluruh penjuru dunia yang akhirnya menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk dipamerkan, diproduksi yang akhirnya di pasarkan kepada masyarakat. Fashion saat ini merupakan sektor industry kreatif, termasuk Indonesia dimana fashion memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Fashion di Indonesia dapat dikatakan berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Didukung dari berbagai sisi baik desainer lokal yang semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, hingga sector ritel yang berkembang pesat.akhir- akhir ini bisnis di Indonesia yang menjanjikan adalah dalam bidang fashion (www.ciputraenterpreneurship.com).

Khususnya kota Bandung begitu terkenal dengan perkembangan fashion yang begitu pesat. Kota ini banyak menyimpan potensi karena selain udaranya yang sejuk, Bandung merupakan kota yang sangat strategis untuk dijadikan pusat perbelanjaan. Kota Bandung banyak dikunjungi untuk wisata berbelanja. Industri clothing telah berkembang pesat pada saat ini di berbagai kota-kota besar. Perkembangan bisnis di Kota Bandung sangat memberikan kontribusi bagi peningkatan ekonomi daerah maupun bagi negara. Perkembangan industri fashiondi Kota Bandung tentunya tidak terlepas dari peranan industri kreatif yang mampu meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat Kota Bandung baik yang dirasakan secara langsung maupun tidak langsung. Inilah yang kemudian mendorong para pelaku bisnis memanfaatkan peluang untuk masuk ke dalam industri clothing, dikarenakan prospek belanja di Indonesia akan didominasi oleh segmen fashion. Hal ini dibuktikan dengan munculnya toko ritel pakaian jadi yang sangat menjamur dengan pesat di berbagai kota di Indonesia.

Tabel 1. Data Kontribusi Subsektor Industri kreatif Kota Bandung Terhadap PDRB Tahun 2019-2020

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Industri Kreatif** | **Kontribusi**  **PDRB** | **%** | **Kontribusi**  **PDRB** | **%** |
| **2019** (Rp) | **2020** (Rp) |
| 1. | Periklanan | 8,305,034,367 | 7,28% | 7,866,350,144 | 6,2% |
| 2. | Arsitektur | 4,134,446,695 | 3,62% | 3,806,298,457 | 3,0% |
| 3. | Pasar dan Barang Seni | 685,870,805 | 0,60% | 1,268,766,152 | 1,0% |
| 4. | Kerajinan | 10,170,688,435 | 8,91% | 18,904,615,669 | 14,9 % |
| 5. | Kuliner | 49,905,968,490 | 43,72% | 52,019,412,243 | 41,0 % |
| 6. | Desain | 6,159,598,596 | 5,39% | 4,313,804,918 | 3,4% |
| 7. | Fashion | 16,080,768,980 | 14,08% | 21,569,024,589 | 17,0% |
| 8. | Film, Video dan Animasi | 1,343,794,235 | 1,18% | 1,268,766,152 | 1,0% |
| 9. | Fotografi | 250,431,983 | 22% | 253,753,230 | 0,2% |
| 10. | Permainan Interaktif | 337,392,321 | 0,30% | 380,629,846 | 0,3% |
| 11. | Musik | 3,824,179,411 | 3,35% | 4,313,804,918 | 3,4% |
| 12. | Seni Pertunjukan | 124,467,644 | 0,11% | 126,876,615 | 0,1% |
| 13. | Penerbitan dan Percetakan | 4,283,989,793 | 3,75% | 3,045,038,765 | 2,4% |
| 14. | Layanan Komputer dan Piranti Lunak | 1,040,637,861 | 0,91% | 1,141,889,537 | 0,9% |
| 15. | Televisi dan Radio | 2,136,827,023 | 1,87% | 2,156,902,459 | 1,7% |
| 16. | Aplikasi dan Game Developer | 5,375,175,655 | 4,71% | 4,440,681,533 | 3,5% |
| **Total** | | **114,159,272,294** | **100%** | **126,876,615,228** | **100%** |

***Sumber****: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, 2021*

Berdasarkan pada Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa ada 16 subsektor Industri Kreatif yang ditetapkan oleh Departemen Perdagangan sebagai Industri Kreatif yang berkontribusi terhadap pendapatan daerah di Kota Bandung pada tahun 2019 sampai 2020. Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa industri fashionberada di peringkat kedua berdasarkan kontribusi PDRB Kota Bandung, hal ini membuktikan bahwa subsektor fashion paling digemari oleh para pelaku usaha karena memiliki peluang yang besar. Hingga saat ini tidak sedikit pelaku usaha mengembangkan bisnis fashionmengikuti tren, maupun tradisional. Kota Bandung dikenal sebagai salah satu kota yang ikut serta dalam kemajuan fashiondi Indonesia. Kota Bandung selalu menjadi panutan dalam dunia fashion karena terus melakukan inovasi dan mengikuti tren sehingga fashionyang dihasilkan terlihat modis dan unik. Keadaan ini tentunya dapat dijadikan sebagai peluang besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan imagefashiondi Kota Bandung terus berkembang. Kota Bandung juga mengalami perkembangan tren fashionsaat ini mengalami kemajuan yang pesat.

Kualitas merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan waktu yang pesat, fleksibilitas dalam memenuhi permintaan konsumen (produk yang dibuat selalu sesuai dengan apa yang diminta konsumen) dan harga jual yang rendah, mutu merupakan pilihan kunci dan strategis. kualitas produk merupakan keunggulan produk yang ditawarkan perusahaan berdasarkan kecocokan dengan selera pelanggan atau adanya kesesuaian dengan kebutuhan dan persyaratan pelanggan. Dengan demikian, terpenuhi atau tidak terpenuhi harapan pelanggan, tergantung kepada kemampuan perusahaan didalam menawarkan kualitas produk yang dirasakan pelanggan.

Kepuasan ini selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk tersebut. Hal in berarti kepuasan pelanggan merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan.

Kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara kinerja yang dirsakan dengan harapan, harapan dari pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau yang dimana pelanggan tersebut merasakan ketidak puasaan terhadap kualitas produk yang digunakan, dengan begitu sebuah perushaan harus bisa mengutamakan dan memberikan kualitas yang terbaik, dan faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan yakni kualitas produk dan kepuasaan konsumen. Tingkat kepuasanpun menjadi fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan konsumen. Harapan konsumen dapat di bentuk dari pengalaman di masa lampau, dengan melihat reaksi dan komentar dari pelanggan itu menandakan sebuah kepuasan yang bisa menjadi tolak ukur sebuah kepuasan dari konsumen, konsumen yang puas akan setia lebih lama. Untuk Menciptakan kepuasan konsumen perusahaan harus bisa membuat sistem untuk meraih konsumen lebih banyak dan mempunyai kemampuan untuk mempertahankannya. Kepuasan konsumen sering ditentukan oleh kualitas produk yang ditawarkan. Kepuasan konsumen adalah tahap dimana hal yang paling penting yang harus di perhatikan ole perusahaan.

Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen tidaklah selalu semudah yang dibayangkan. Bagian dari kualitas produk adalah perihal kualitas produk. Konsumen tidak selalu mengatakan apa yang merka inginkan dan banyak produk yang kurang berhasil karena kegagalan dalam memahami aspek-aspek yang sesungguhnya bernilai bagi pelanggan mereka seperti kualitas produk yang handal.

Termasuk di Toko Prung Terracewear Bandung, Prung terraceswear merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industry fashion ,Prung Teracceswer bangkit di Bandung pada tahun 2011, Prung Terraceswear telah berkembang menjadi brand casual casual terkemuka dengan menghadirkan produk berkualitas tinggi dan eksklusif. Hingga saat ini, Prung Terraceswear memiliki pengikut yang tersebar luas dari berbagai kota di Indonesia hingga mancanegara. Tumbuh dan berkembang dengan sinergi dan dukungan dari independen utama, Prung Terraceswear telah berevolusi secara organik dengan mempertahankan semua nilai yang membedakannya. Selama hampir satu dekade, Prung Terraceswear telah menjaga identitas sebagai brand fashion yang memiliki nilai semangat pemuda yang terus tumbuh. Prung Terraceswear menghadirkan produk-produk yang menunjang penampilan para pemuda yang mencintai dunia sepakbola casual, subkultur dan juga dunia musik. Dalam setiap artikel yang dirilis, Prung Terraceswear memberikan konsep yang tajam dan berani pada setiap produknya.

Berdasarkan data penjualan pada Toko Prung Terraceswear tiap bulan pada tahun 2022 ini berfluktuasi, hasil penjualan dari bulan januari ke bulan febuari mengalami penurunan sebesar 6,4%, kemudian pada bulan mei ke juni mengalami penurunan yang cukup drastis sebesar 41,61% . Dan bulan berikutnya pun hasil penjualannya menjadi menurun dapat dilihat pada tabel dibawah.

Tabel 1. Data Penjualan Prungterraceswear 2022

| DATA PENJUALAN TAHUN 2022 | | |
| --- | --- | --- |
| NO | BULAN | HASIL PENJUALAN |
| 1 | JAN | Rp 106,022,700.00 |
| 2 | FEB | Rp 99,246,600.00 |
| 3 | MAR | Rp 130,085,200.00 |
| 4 | APR | Rp 301,203,400.00 |
| 5 | MEI | Rp 122,182,200.00 |
| 6 | JUN | Rp 71,895,000.00 |
| 7 | JUL | Rp 89,408,700.00 |
| 8 | AUG | Rp 76,874,700.00 |
| 9 | SEP | Rp 81,914,700.00 |
| 10 | OCT | Rp 83,566,700.00 |
| 11 | NOV | Rp 78,915,400.00 |
| 12 | DES | Rp 76,698,000.00 |

***Sumber*** *: Data internal Prung terraceswear,2023*

Kondisi tersebut berdasarkan dari hasil wawancara dengan pengelola toko prung menunjukkan adanya masalah tentang ketidakpuasan konsumen, yaitu:

1. Kesediaan merekomendasikan, dengan adanya penilaian yang kurang memuaskan dari konsumen pada produk prung terraceswear disalah satu marketplace yang mempengaruhi daya beli konsumen lainnya pada toko prung terraceswear.
2. Kesesuain harapan, adanya ketidaksesuain antara harapan pelanggan terhadap kualitas produk dari toko prung terraceswear Ketika pelanggan sudah membeli salah satu produk.

Pengaruh ketidakpuasan konsumen tersebut disebabkan karena kualitas produk, yaitu:

1. Kualitas pada salah satu produk terraceswear Ketika pelanggan melakukan pembelian secara online barang sampai dengan kondisi yang kurang memuaskan seperti adanya kancing yang patah, resleting rusak serta adanya jahitan yang lepas karena kurang detailnya dalam pengecekan quality control produk.
2. Kualitas produk yang dibandingkan oleh pelanggan dengan produk pesaing lainnya yang memiliki kualitas lebih baik serta harga yang lebih rendah dari prung terraceswear.

Maka berdasarakan uraian latar belakang di atas maka judul yang bisa penliti ambil dari permasalahan tersebut yaitu **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO *CLOTHING* PRUNG TERRACESWEAR BANDUNG”**

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

* + 1. Bagaimana gambaran toko *clothing* Prung terraceswear Bandung?
    2. Bagaimana kondisi kualitas produk pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung?
    3. Bagaimana kondisi kepuasaan konsumen pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung?
    4. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap kepuasaan konsumen pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung?
    5. Apa saja hambatan dalam kualitas produk dan Bagaimana upaya mengatasi hambatan tentang kualitas produk terhadap kepuasaan Konsumen pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung?

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari peneliitian ini adalah sebagai berikut

1. Mengetahui gambaran umum dari toko *clothing* prung terraceswear Bandung.
2. Mengetahui kualitas produk pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung.
3. Mengetahui kepuasaan konsumen pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung.
4. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasaan konsumen pada toko *clothing* Prung terraceswear Bandung.
5. Mengetahui hambatan yang berkaitan dengan kualitas produk yang mempengaruhi kepuasaan konsumen pada toko *clothing* prung terraceswear Bandung.

## **Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian yang telah dulakukan ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat kepada pembaca baik secara langsung maupun tidak langsung, manfaat tersebut sebagai berikut:

### **Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan juga wawasan dalam pemasaran terutama mengenai masalah Kualitas produk dan kepuasan pelanggan.

### **Kegunaan Praktis**

* + 1. Bagi Peneliti

Penilitian sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan maupun wawasan dalam hal pengetahuan mengenai pemasaran dan sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diterima selama perkuliahan sehingga dapat diterapkan dalam kehidupan masyarakat.

* + 1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan yang berguna dan pertimbangan yang bermanfaat bagi pihak perusahaan terkait untuk lebih mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasaan konsumen pada toko *clothing* prung terraceswear bandung

* + 1. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi, masukan maupun referensi untuk penelitian selanjutnya dalam permasalahan yang sejenis dimasa yang akan datang dan memberikan saran yang dapat membangun bagi khalayak umum yang membaca penelitian ini dan dapat memperbaiki kesalahan yang ada dalam penelitian.

* + 1. Bagi Universitas Pasundan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan pada Perpustakaan Univeristas Pasundan.

## **Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **Lokasi Penelitian**

Untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dalam penyusunan penelitian ini, maka penulis melakukan penelitian ditoko Prung terraceswear Jl. H. Wasid No.29, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

### **Waktu Penelitian**

Waktu Penelitian yang akan dilaksanakan penulis Mulai Bulan Februari 2023 sampai dengan Juni 2023.

Tabel 1. Jadwal Penelitian dan Waktu Penelitian

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **NO** | **KETERANGAN** | **TAHUN 2023** | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | |  |  | | |  | |
| **JANUARI** | | | | **FEBRUARI** | | | | **MARET** | | | | **APRIL** | | | |  | **MEI** | | | |  | **JUNI** | | |  | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 |
|  |  | TAHAP PERSIAPAN | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | |  |  | | |  | |
| 1 | Penjajakan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Studi Kepustakaan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Pengajuan Judul |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Penyusunan Usulan  Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Seminar Usulan Penelitian |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TAHAP PENELITIAN | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | |  |  | | |  | |
| 1 | Pengumpulan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | a. Observasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | b. Wawancara |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | c. Studi Kepustakaan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | d. Dokumentasi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Pengolahan Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Analisis Data |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | TAHAP PENYUSUNAN | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | | |  |  | | |  | |
| 1 | Pembuatan Laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Perbaikan Laporan |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Sidang Skripsi |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |