

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia bisnis saat ini dihadapkan pada terciptanya persaingan usaha yang semakin ketat baik dalam skala nasional maupun global. Demikian pula halnya, seiring perkembangan zaman, banyak sekali perubahan yang terjadi di dunia *fashion* dari masa ke masa. Perubahan dalam *fashion* juga biasanya digunakan untuk membedakan seseorang dari segi ekonomi, sosial, perang dan budaya. Perkembangan *fashion* dari masa ke masa selalu mengalami perubahan yang sangat pesat dan memiliki *trend* yang berbeda-beda setiap tahunnya, serta banyak sekali pendukung yang ikut andil dalam setiap perkembangan *fashion* di seluruh dunia. **(Dikutip dari Kompasiana.com)**

Dunia *fashion* di Indonesia bisa dikatakan sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung dari berbagai sisi baik bisnis *fashion* lokal yang semakin potensial dan berkembang secara signifikan mengikuti perkembangan zaman. *Fashion* merupakan suatu kebutuhan primer yang semakin berkembang serta mengikuti *trend* pasar baik representasi, bentuk, jenis, tata cara atau tindakan sebuah *trend*, Menurut Ruth Jaonna Samaria, Atase Perdagangan Paris dari situs web Kementerian Perdagangan Indonesia (**kemendag.go.id, 2022**), partisipasi Indonesia dalam pameran ini adalah untuk menunjukkan bahwa *fashion* Indonesia dapat bersaing secara global. *Fashion* telah berkembang karena masyarakat Indonesia yang selalu haus akan tren dan model baru.

Tuntutan dan kebutuhan masyarakat yang meningkat akan produk pakaian, di masa sekarang dan masa yang akan datang. Masyarakat tentunya menginginkan produk pakaian, yang diharapkan memiliki kualitas dengan harga yang terjangkau, serta mendapat kemudahan didalam memperoleh informasi agar konsumen lebih selektif dalam memilih produk pakaian yang akan di konsumsinya. Demikian pula halnya dengan Essy Collection sebagai sesuatu perusahaan yang bergerak di bidang *fashion* berupaya untuk menciptakan loyalitas atas peroduk yang dikonsumsinya oleh konsumen sehingga dapat meningkatkan dan memperluas produk yang dihasilkannya.

Sebagaimana hal ini di katakan Menurut **(Kotler & Keller, 2016)** Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Sedangkan **(Wijaya,2018)** mendefinisikan kualitas barang dan jasa sebagai kombinasi holistik dari karakteristik barang dan jasa yang terkait dengan pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan sehingga barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Pelanggan memutuskan kualitas. Menurut **kotler** dalam **Choiriah (2019:237)** kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteritik suatu produk yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan suatu kebutuhan yang dinyatakan atau tersidat. dari pendapat di atas menunjukkan bahwa kualitas produk berkaitan dengan aspek kepuasan konsumen di dalam menjaga produk yang dipasarkannya. Sehingga produk tersebut dapat meningkatkan meningkatkan loyalitas konsumen atas produk *fashion* yang dipasarkannya tersebut, untuk menjaga loyalitas konsumen pihak produsen. **Sutisna (2013:41)** mendefinisikan loyalitas adalah sikap

menyenangi terhadap suatu merek yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen **(Tjiptono, 2014:110)**.

Dengan demikian untuk menjaga loyalitas konsumen, produsen *fashion* bertanggung jawab untuk meningkatkan kualitas bisnisnya agar konsumen atau pelanggan tujuannya untuk terciptanya loyalitas konsumen.

Essy Collection adalah bisnis yang bergerak di bidang *fashion* khususnya kaum perempuan yang berlokasi di Cianjur. Bisnis *fashion* ini cukup digemari dari kalangan dewasa sampai orang tua. Essy Collection merupakan usaha dengan kriteria kecil yang mulai Berdiri Pada Tahun 2018, Awal mula membuka bisnis Essy Collection menjual busana muslim khusus kaum perempuan yaitu Baju Gamis dan Tunik seiring berjalannya waktu, saat ini Essy Collection sudah memperluas produknya yang tidak terbatas kepada konsumsi busana muslimah dan juga membuat produk pakaian gamis bagi anak – anak. Serta produk perlengkapan lainnya yaitu tas muslimah.

Adapun data penjualan dari produk Essy Collection sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Data Penelitian Essy Collection Tahun 2022**

Bulan	Total
Januari	150.649.300
Februari	158.782.455
Maret	170.953.098
April	280.567.981
Mei	270.008.453
Juni	260.795.000
Juli	250.875.912
Agustus	220.769.007
September	200.760.675
Oktober	200.001.970
November	180.098.445
Desember	170.871.009

*Sumber : owner Essy Collection*

Dari tabel di atas menunjukkan adanya fluktuasi penjualan pada Essy Collection. pada awal bulan april mengalami kenaikan karena memasuki bulan Ramadhan dan menuju Lebaran. Setelah itu terjadi, terjadinya penurunan yang cukup signifikan yaitu pada bulan September Sampai Desember, Essy Collection ini mengalami penurunan yang disebabkan karena kurangnya model yang bervariasi dan hanya memiliki satu ukuran saja yang membuat konsumen kurang tertarik atas produk yang dipasarkannya tersebut.

Peneliti melihat adanya Permasalahan yang dihadapi Essy Collection terkait loyalitas konsumen. Hal ini dapat diamati dari indikator tersebut, bahwa permasalahan yang dihadapi oleh Essy Collection ini yaitu:

1. Pembelian ulang, dimana indikator tersebut adalah sebagai alat ukur untuk mengukur sejauh mana konsumen melakukan loyalitas terhadap Essy Collectin, kurangnya pembelian ulang membuat menurunnya keuntungan pada essy Collection.

2. Mereferensikan secara esistensi perusahaan, meningkatnya suatu penjualan pada Essy Collection ini tidak hanya dalam pemasaran saja, Namun peran rekomendasi ini sangat berpengaruh dalam meningkatkan penjualan, dengan kurangnya rekomendasi dari orang lain membuat Bisnis ini menurun, sehingga membuat konsumen kurang tertarik untuk memrekomendasikan produk tersebut ke konsumen yang lainnya. Kedua permasalahan tersebut menjadi alat ukur terhadap perilaku konsumen untuk melakukan Loyalitas terhadap bisnis Essy Collection.

Berdasarkan permasalahan tersebut hal ini disebabkan oleh :

1. Kesesuaian, dimana produk yang dipasarkan oleh Essy Collectin ini kurang sesuai dengan keinginan konsumen, contohnya dari segi ukuran gamis dan tunik yang mereka pasarkan ini menggunakan ukuran internasional, sehingga para konsumen harus mengeluarkan lagi uang untuk memperbaiki Produk tersebut.
2. Estetika, yaitu permasalahan terhadap model gamis dan tunik yang mereka pasarkan kurang bervariasi dan model yang kurang beragam, sehingga konsumen merasa tidak puas akan produk yang mereka jual.

Berdasarkan hal tersebut maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA ESSY COLLECTION DI CIANJUR”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran umum usaha Essy Collection?
2. Bagaimana kualitas produk dan Loyalitas Konsumen pada usaha Essy Collection?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap Loyalitas Konsumen pada usaha Essy Collection?
4. Apa saja hambatan yang dialami oleh usaha Essy Collection? apa solusi dari hambatan tersebut?

## **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. untuk mengetahui bagaimana gambaran umum Essy Collection di Cianjur.
2. untuk mengetahui kondisi kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen pada Usaha *fashion* Essy Collection.
3. untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Essy Collection di Cianjur.
4. untuk mengetahui hambatan pada kualitas produk Essy Collection dan upaya apa yang dilakukan Essy Collection dalam mengatasi hambatan tersebut.

### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Peneliti

Bagi Peneliti Merupakan Pengalaman yang sangat berharga dalam melaksanakan Penelitian ini, menambah wawasan ilmu yang sangat bermanfaat, karena lebih mempelajari dan meneliti mengenai pemasaran yang baik, dan menjaga Kualitas produk agar menciptakan loyalitas terhadap konsumen.

## 2. Bagi Perusahaan

Bagi Perusahaan diharapkan dapat memberikan masukan agar dapat meningkatkan kualitas produk agar terciptanya loyalitas pada konsumen pengguna produk *fashion* lokal asli buatan indonesia

## 3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembang ilmu pengetahuan sumber informasi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

### **1.3.4 Kegunaan Teoritis**

Hasil-hasil informasi dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan bagi ilmu pengetahuan tentang ilmu Administrasi Bisnis pemasaran yang berkaitan dengan Kualitas produk dan Loyalitas konsumen.

## **1.4 Lokasi dan Lamanya Penelitian**

### **1.4.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Essy Collection yang berada di Jl. Moch Ali, KP. Sukasari, RT.01 RW.04 Sebelah SD/SMP Cokro Aminoto, Kec. Ciranjang Kab. Cianjur.

### **1.4.2 Lamanya Penelitian**

Dalam Melakukan Penelitian ini. Untuk mengumpulkan data, mengolah data, sampai pembuatan Skripsi diperkirakan membutuhkan waktu selama 6 bulan di mulai dari bulan Oktober 2023 sampai dengan Maret 2024.



