

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis yang sangat cepat membuat persaingan semakin ketat, para pelaku dunia bisnis berlomba-lomba untuk meningkatkan profit usahanya. pengaruh dari perkembangan bisnis yaitu banyak bermunculan produk barang atau jasa yang menawarkan berbagai kelebihan dan keunikan dari masing-masing produk barang atau jasa tersebut. Hal ini membuat konsumen mempunyai banyak alternatif dalam menggunakan produk atau jasa. Tetapi bagi produsen hal tersebut menjadi ancaman karena semakin banyak produk atau jasa yang ditawarkan, maka akan semakin ketat pula persaingan dalam dunia bisnis. Salah satu usaha yang sekarang ini semakin berkembang dan persaingannya semakin ketat adalah usaha dalam bidang *fashion* khususnya usaha hijab. Kota Jepara merupakan salah satu kota kecil yang ada di Provinsi Jawa Tengah. Meskipun kota Jepara dikenal dengan sebutan kota ukir, dimana tentunya terdapat banyak pengusaha furniture, tetapi kota Jepara juga mempunyai banyak pelaku usaha dalam bidang *Fashion* khususnya hijab. Hijab merupakan suatu kewajiban yang harus dipakai oleh perempuan muslim, jadi tidak heran jika sekarang ini banyak muncul pelaku usaha hijab, tidak hanya di kota-kota besar, tetapi juga berkembang di kota-kota kecil, salah satunya yaitu di kota Jepara Jawa Tengah. Pengusaha hijab di kota Jepara juga semakin bertambah banyak. Usaha hijab di Jepara yang sedang berkembang saat ini adalah hijab Novie. Hijab Novie adalah merek hijab yang sangat terkenal di kota Jepara. Dimana yang sekarang ini semakin banyak merek-merek hijab yang di produksi di kota jepara, tetapi banyak anak-anak muda dan juga para orang dewasa lebih banyak yang menggunakan hijab Novie, hal ini bisa di ketahui karena banyaknya para remaja bahkan orang tua yang berada di jalan, sekolahan, tempat-tempat wisata dan tempat-tempat umum lainnya mereka kebanyakan menggunakan hijab Novie karena hijab Novie mempunyai ciri dari produknya yaitu label putih yang di letakkan di bagian belakang hijabnya, sehingga mudah untuk dikenali . Sekarang ini, konsumen penggemar hijab memilih suatu produk bukan hanya dilihat dari trend yang sedang

berkembang ataupun kemasan dari produk itu sendiri. Konsumen akan memberikan penilaian tersendiri terhadap produk yang akan dipilih sebelum melakukan atau memutuskan suatu pembelian, oleh karena itu, pelaku usaha dibidang hijab ini perlu memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan demi menunjang penjualan produk. Hijab Novie sendiri merupakan usaha hijab yang didirikan pada tahun 2013, dimana hijab ini banyak dikenal oleh masyarakat luas pada tiga tahun belakangan ini. Pada tahun 2016, produk hijab Novie ini sangat *booming* mempunyai peminat yang sangatlah banyak di kota jepara, namun pada tahun 2019 mengalami penurunan jumlah penjualan pada setiap bulannya, ini bisa dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 1.1
Penjualan di tahun 2019

Bulan (2019)	Jumlah penjualan
Januari	12.677
Februari	10.667
Maret	10.180
April	10.078
Mei	10.021
Juni	9.600
Juli	9.450
Agustus	8.676
September	8.600
Oktober	8.560
November	8.459
Desember	8.038

Sumber: data primer

Hijab Novie sendiri mempunyai kualitas produk yaitu kualitas kain Grade A. Dimana kain dengan kualitas grade A merupakan jenis kain yang mempunyai kualitas yang baik.

Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*Performance expectation*). Harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Didalam suatu proses keputusan, konsumen tidak akan berhenti pada proses konsumsi saja. Konsumen akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Setelah mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli dan mengonsumsi ulang produk tersebut. Sebaliknya, perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan konsumsi produk tersebut.¹ Dengan menjaga dan meningkatkan kualitas produk maka efek yang akan timbul adalah konsumen akan merasa puas sehingga konsumen tidak akan berpindah ke produk yang lain.

Hal lain yang mendasari konsumen bersedia membeli suatu produk adalah harga yang ditawarkan. Harga yang ditawarkan dari produk hijab Novie ini termasuk harga yang terjangkau untuk semua kalangan, karena menurut narasumber (pemilik Novie hijab), beliau tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak, karena beliau melihat pasar sarannya yaitu masyarakat menengah ke bawah. Selain itu, dalam usaha Novie hijab ini juga beberapa kali memberikan kupon hadiah bagi pelanggan yang membeli hijab dalam jumlah yang banyak. Penetapan harga sebagai elemen bauran pemasaran dan perencanaan pemasaran akan menentukan posisi produk di suatu pasar serta laba yang dapat dihasilkan oleh produk tersebut.² Jadi, apabila suatu produk menawarkan produknya dengan harga yang terjangkau, dan juga mempunyai kualitas yang baik, maka tentunya akan banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk tersebut.

Promosi juga merupakan hal yang diperhatikan oleh konsumen ketika ingin membeli suatu produk. Perkembangan internet sekarang ini sangatlah cepat. Hampir semua orang

¹Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset,2013),190.

² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta:Andi Offset,2016),217.

dapat mengakses internet, baik anak kecil, muda maupun orang tua bisa menggunakan internet tersebut. Jadi dalam melakukan promosi, para pelaku usaha ini memanfaatkan internet ini untuk mempromosikan produknya. Dalam usaha hijab Novie ini, lebih fokus ke akun sosial medianya yaitu akun Instagram. Selain itu juga banyak pelanggan yang menjadi resellernya sehingga dari reseller-reseller itu, maka semakin banyak orang yang mempromosikan di akun media sosialnya masing-masing. Sehingga semakin banyak orang yang mengetahui produk dari hijab Novie. Selain melalui internet, Novie hijab ini juga melakukan promosi dengan meng-endorse selebgram (selebriti instagram) dan juga beberapa kali ikut menjadi sponsor di suatu acara. Melakukan promosi melalui internet merupakan salah satu promosi yang paling banyak digunakan oleh para pelaku usaha, dikarenakan dengan melalui internet, maka biaya promosi lebih murah, jangkauan pasar lebih luas dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Jadi, apabila suatu produk di promosikan melalui internet dengan menggunakan aplikasi-aplikasi yang sudah tersedia tersebut, maka seharusnya bisa lebih banyak menarik minat pembeli.

Dalam manajemen pemasaran dikatakan bahwa promosi merupakan ujung tombak kegiatan bisnis suatu produk dalam rangka menjangkau pasar sasaran dan menjual produk tersebut. Hampir dapat dipastikan bahwa promosi dilakukan untuk produk baik berupa barang maupun jasa dan baik bermerek maupun tidak bermerek.³

Berdasarkan paparan singkat yang dijelaskan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Loyalitas Pelanggan” Studi Kasus Hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten jepara?

³ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, (Yogyakarta:CAPS,2015),151.

2. Apakah harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara?
4. Apakah kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan pada produk hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan pada produk hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada produk hijab Novie di Kecamatan Jepara Kabupaten Jepara.

D. Manfaat Penelitian

1. Untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta memperkaya ilmu tentang pemasaran pada khususnya, dan manajemen secara umumnya.
2. Untuk memberi masukan kepada pengusaha hijab novie mengenai kualitas produk, harga dan promosi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dari setiap bagian sehingga akan diperoleh penelitian yang sistematis. Berikut ini sistematika penulisan yang disusun oleh penulis:

1. Bagian Awal
 Bagian awal ini terdiri dari: cover luar, cover dalam, lembar pengesahan proposal dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Bagian isi ini terdiri dari tiga bab, yaitu:

BAB I Pendahuluan

Pada bagian Pendahuluan ini meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bagian landasan teori ini meliputi: Deskripsi teori, penelitian terdahulu, Kerangka berfikir, dan Hipotesis.

BAB III Metode Penelitian

Pada bagian Metode Penelitian ini, meliputi: Jenis dan Pendekatan, *Setting* Penelitian, Populasi dan Sampel, Desain dan Definisi Operasional Variabel, Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

