

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi saat ini industri pakaian jadi di Indonesia dan fashion sudah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia. Dan itulah sebabnya mengapa industri pakaian di Indonesia semakin berkembang dengan baik. Walaupun kultur budaya luar masuk ke negara Indonesia, tetapi dengan berkembangnya fashion yang menjamur di kalangan anak remaja di Indonesia hal itu merupakan salah satu keuntungan pada industri pakaian khususnya pakaian jadi.

Dengan beberapa jenis dan model pakaian dari luar negeri, industri ini pun semakin berkembang. Dan ditambah dengan adanya faktor pendukung yaitu internet yang memudahkan setiap orang berdagang di sana. Sehingga pakaian tidak menjadi sesuatu yang asing lagi dan fungsinya bukan hanya sebagai pelindung tubuh saja. Tapi juga sebagai salah satu modal dalam dunia fashion.

Pakaian yang diproduksi langsung di Indonesia mengalami banyak kemajuan setiap tahunnya. Tapi selain itu, pakaian tersebut juga banyak yang diekspor ke luar negeri. Hal itu menjadi pemicu utama pakaian jadi di Indonesia yang sempat mengalami kemunduran beberapa persen. Karena terlalu banyaknya pakaian yang diekspor ke luar negeri. Karena itu, menteri perindustrian berharap bahwa para pelaku industri pakaian tersebut lebih fokus dan lebih menguatkan pasar di dalam negeri. Sehingga perkembangannya bisa lebih bagus di luar negeri. Bukan itu saja, pakaian impor pun banyak yang mengalami perkembangan yang sangat bagus di Indonesia.

Tapi menteri perindustrian tetap mengharapkan pakaian dari Indonesia lah yang menguasai pasar dengan fluktuasi yang tetap. Menurut beberapa pakar ekonomi pasar impor semakin melonjak naik menjelang lebaran. Dan pakaian yang diproduksi di dalam negeri tidak boleh kalah dengan pasar impor tersebut.

Dengan hal tersebut para pelaku bisnis industri pakaian jadi bersaing untuk mengambil pangsa pasar sebesar-besarnya. Setiap perusahaan industri pakaian

jadi harus mempunyai ide pada produk mereka untuk menarik perhatian masyarakat luas. Dengan sudah adanya teknologi yang canggih pada era ini, tentu bisa dengan mudah mengembangkan produk pakaian jadi yang mereka sudah produksi.

Pakaian sudah menjadi kebutuhan yang pokok bagi seseorang manusia, Pakaian yang digunakan bukan hanya untuk kebutuhan pokok tetapi juga untuk menunjang penampilan seseorang di depan orang lain, maka dari itu perusahaan harus cermat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini menjadi nilai lebih konsumen untuk mengambil keputusan dalam pembelian pakaian jadi.

Pelaku bisnis pakaian jadi saat ini harus handal dan cermat dalam mempertimbangkan dan menetapkan harga yang di tawarkan kepada pangsa pasar dengan produk yang mereka jual. Harga menjadi salah satu indikator yang berpengaruh dalam menentukan pembelian suatu akan produk. Biasanya masyarakat akan melihat beberapa harga yang di tawarkan kepada mereka, baru mereka akan memastikan produk mana yang akan mereka beli.

Indikator lokasi yang juga mempengaruhi keputusan dalam pembelian, lokasi toko yang strategis menjadi penentu masyarakat untuk mengunjungi toko tersebut dan membeli produk nya. Maka dari itu perusahaan pakaian jadi biasanya membuka toko-toko mereka di dalam mall. Hal ini bertujuan untuk menarik konsumen mengunjungi toko tersebut dan membeli produk mereka.

Dalam setiap produk tentunya harus mempunyai citra merek, hal inilah yang membuat konsumen percaya dengan suatu produk yang di buat oleh perusahaan. Citra merek menjadi hal penentu konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut atau tidak. Konsumen biasanya lebih percaya terhadap produk yang sudah mempunyai citra merek yang terkenal dan sudah bertahan lama.

Selain harga, citra merek, dan lokasi, kualitas produk menjadi pertimbangan masyarakat dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk. Bahan baku yang di gunakan haruslah yang terbukti aman untuk kulit manusia, bahan yang di gunakan juga harus sesuai standar perusahaan. Masyarakat menginginkan kualitas produk yang bagus tetapi dengan harga yang relatif terjangkau, hal ini yang harus

di pikirkan oleh perusahaan bagaimana caranya membuat produk pakaian dengan kualitas baik dengan harga yang terjangkau di kantong masyarakat.

Adapun beberapa jenis produk pakaian yang sering di gunakan oleh masyarakat untuk kegiatan sehari-hari adalah atasan dan bawahan, atasan terdiri dari kaos, kemeja, jaket, rompi dan lain sebagainya, sedangkan bawahan tidak jauh dari celana dan rok, baik yang berbahan katun yang lembut, atau jeans yang berbahan keras.

Salah satu merek pakaian jadi yang terkenal dan berkembang di Indonesia saat ini adalah pakaian merek Levi's, siapa yang tidak kenal dengan pakaian merek ini yang begitu booming di dunia dan di Indonesia mulai tahun 1980 sampai sekarang.

Tabel 1. Rating Pakaian Merek Levi's

No	Brand	2016	2017
		TBI	TBI
1	Levi's	31.3%	31.2%
2	Lea	17.1%	17.4%
3	Lois	9.3%	10.3%
4	Lrangler	5.0%	4.9%
5	Logo	3.7%	3.8%
6	Nevada	3.9%	3.7%
7	Cardinal	3.2%	2.8%

Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

Dari berbagai jenis produk yang di luncurkan, Levi's masuk kedalam TOP Brand Award pada tahun 2016-2017. Levi Straus & Co adalah produsen pakaian Amerika Serikat yang didirikan pada tahun 1583 oleh Levi Straus. Perusahaan ini bersifat internasional dengan tiga divisi geografis yaitu Amerika, Eropa, dan Asia. Levi's sudah lama beredar, masuknya Levi's ke dalam TOP Brand Award, menunjukkan bahwa Levi's memang memiliki kualitas yang baik, dari kualitas tersebut akan menimbulkan keputusan pembelian untuk memakai produk Levi's.

Bedasarkan uraian tersebut bahwa diketahui pentingnya kualitas produk, harga, citra merek, dan lokasi pada suatu produk sangatlah penting untuk menjadi dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Pada penelitian yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk, dan Harga Pada pembelian Clothing Store Cosmic" oleh Kaharu & Budiarti (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh

positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut sama dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra merek terhadap keputusan Pembelian pakaian Lea pada toko Lea di Samarinda” oleh Faedah (2016) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek Internasional, Kualitas produk, dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian pakaian merek Zara di Galaxy mall Surabaya” oleh Mandasari dan Suharyono, Sunarti (2015) yang menyatakan bahwa citra merek, keputusan pembelian, dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian merek Zara di Surabaya.

Namun pada jurnal “pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian pakaian Lea pada toko Lea di Samarinda” oleh Faedah (2016) yang menyatakan bahwa Citra Merek Berpengaruh negatif tidak signifikan. Dan pada jurnal “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, dan Lokasi terhadap keputusan pembelian pakaian merek Nevada di kota Padang” oleh Adri, Kamener, Rosha (2013) yang menyatakan bahwa kualitas produk, Harga, Gaya Hidup, dan Lokasi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas terdapat perbedaan pendapat pada variable kualitas produk, harga, citra merek, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Merek Levi’s)

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, dapat di rumuskan beberapa permasalahan yang menjadi permasalahan dalam penelitian.

Adapun masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Levi’s.
- b. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk merek Levi’s.

- c. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian merek Levi's.
- d. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian merek Levi's.

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Levi's.
- b. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Levi's.
- c. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Levi's
- d. Untuk menganalisis dan membuktikan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian merek Levi's

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian pasti memberikan manfaat. Adapun manfaat di dalam penelitian ini adalah :

- a. Manfaat teoritis  
Penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta dapat memperluas pengetahuan mahasiswa/mahasiswi.
- b. Manfaat praktis  
Penelitian ini digunakan melakukan pemikiran secara ilmiah dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh pada saat perkuliahan.