

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi saat ini perkembangan bisnis pakaian/*fashion* telah mengalami peningkatan yang pesat yang terjadi di berbagai Negara. Dengan adanya perkembangan bisnis pakaian/*fashion* inilah menyebabkan timbulnya kompetitor-kompetitor baru yang muncul dan masuk ke segmen pasar yang sudah ada sehingga membuat para pelaku bisnis yang telah memposisikan produk atau merek pakaiannya harus mampu bersaing untuk tetap mempertahankan persepsi yang positif dibenak konsumen, sehingga konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian tidak terpengaruh dengan produk baru yang muncul dipasar. Lahirnya konsep fashion seperti distro tersebut tidak terlepas dari persaingan dalam dunia bisnis fashion yang menuntut setiap pengusaha melakukan inovasi untuk menarik minat masyarakat dalam memenangkan suatu persaingan.

Pada awalnya distro hanya suatu usaha yang biasa, namun dengan perkembangan zaman, serta bertambahnya tingkat konsumsi masyarakat dalam dunia *fashion* membuat usaha ini memiliki pangsa pasar yang cukup besar. Hal ini dikarenakan pengelolaan distro memiliki keunikan tersendiri.

Perkembangan dunia mode dan fashion di Yogyakarta selalu meningkat dari waktu ke waktu. Perkembangan tersebut dapat dilihat dari lahirnya perusahaan

konveksi yang mendesain dan memproduksi pakaian serta pernak-pernik yang biasa dipakai anak-anak muda sekarang ini. Perusahaan konveksi tersebut biasa disebut dengan clothing company. Clothing company adalah istilah yang digunakan untuk perusahaan yang memproduksi pakaian dibawah brand mereka sendiri. Dan saat ini menjadi sebuah bisnis yang besar dan menghasilkan keuntungan yang besar. Pakaian dan pernak-pernik yang diproduksi dari hasil karya desainer-desainer muda berbakat, didistribusikan dan dipasarkan di distro.

Suburnya bisnis distro di kota Yogyakarta inipun tak lepas dari peran kualitas persepsian yang bagus, harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan distro lainnya dan kualitas pelayanan yang memuaskan. Remaja khususnya pelajar dan mahasiswa sangat menyukai produk buatan lokal sehingga hampir rata-rata distro berada didekat lokasi kampus dan bukan lokasi perkantoran karena segmen pasar distro adalah mahasiswa dan pelajar seperti dijalan Cendrawasih Yogyakarta. Target konsumen berhubungan erat dengan adanya kualitas persepsian yang bagus, harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan distro lainnya, dan kualitas pelayanan yang memuaskan yang dianggap menjadi faktor penting untuk mendukung usaha distro ini karena adanya nilai tambah yang dimiliki produk serta kuatnya nilai merek tersebut maka akan menghasilkan persepsi positif yang kuat didalam benak konsumen, sehingga konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Kualitas persepsian, persepsi harga dan kualitas pelayanan, pelaku bisnis dituntut untuk mampu memahami sikap konsumen yang ada dipasaran sehingga

pelaku bisnis bisa menentukan strategi apa yang akan dirancang untuk dapat menarik perhatian konsumen dalam keputusan pembelian. Dengan mengetahui sikap konsumen maka pelaku bisnis dapat mempelajari apa yang disenangi maupun yang tidak disenangi konsumen. Sikap adalah mempelajari kecenderungan konsumen konsumen untuk mengevaluasi baik disenangi ataupun tidak disenangi secara konsisten.

Fenomena inilah yang menjadi trend baru bagi lahirnya usaha fashion distro yang semakin berkembang saat ini. Fashion distro inilah yang menjadi alasan penulis untuk mengangkat relevansi fenomena ini untuk di teliti. Untuk memperkuat tulisan ini, tulisan ini akan mengambil salah satu objek yaitu distro Crowd House Yogyakarta yang menjadi study kasus dalam penelitian ini.

Distro Crowd House merupakan salah satu brand lokal ternama di kota Yogyakarta, distro ini didirikan pada tahun 2007 dan konsumennya pun juga sangat banyak di wilayah Yogyakarta. Distro Crowd berlokasi di Jl. Cenderawasih No.25, Mrican, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi tersebut sangatlah strategis dimana disana adalah tempatnya distro brand lokal. Distro Crowd selalu memberikan pelayanan yang terbaik dengan cara para pramuniaganya mendeskripsikan barang yang ada di distro tersebut disaat para konsumen datang ke toko. Produk yang dijual disana seperti Kaos, Celana, Kemeja, Jaket, Tas dan lain-lain. Produk dari Distro Crowd memiliki bahan yang berkualitas dengan dipadukan dengan jahitan yang rapi serta disainnya menarik, dan harganya pun mampu bersaing dengan distro lain.

Distro ini menarik untuk dijadikan study kasus dalam tulisan ini karena produk yang ditawarkan mampu menarik minat konsumen terbukti ketika ada *event sale* seperti pada saat sebelum hari lebaran dan diskon akhir tahun tidak bisa dipungkiri antrian bisa keluar distro hingga ke jalan raya, berbeda dengan distro lainnya yang berada disekitar *distro crowd house*. Hal ini tidak lepas dari peran kualitas persepsian yang bagus, harga yang terjangkau dan mampu bersaing dengan distro lainnya, dan pelayanan yang memuaskan mampu memikat perhatian konsumen untuk melakukan pembelian produk *di distro crowd house* Yogyakarta.

Atas dasar pemikiran inilah yang menggugah perhatian perhatian penulis untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi, penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Utomo dkk. (2018). Berdasarkan uraian diatas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PERSEPSIAN, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DISTRO CROWD HOUSE YOGYAKARTA”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- A. Apakah Kualitas Persepsian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen?
- B. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen?
- C. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Konsumen?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah diatas, dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Persepsian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.
2. Menganalisis pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.
3. Menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian yang dilakukan para ahli atau mahasiswa sekalipun pasti memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memperkaya studi di bidang manajemen pemasaran khususnya hubungan antara Kualitas Persepsian, Kualitas

Pelayanan dan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Konsumen.

Serta penelitian ini dapat memperkaya khasanah penelitian.

2. Manfaat Praktis

A. Bagi Perusahaan dan Pengelola

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada strategi Kualitas Persepsian, Kualitas Pelayanan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.

B. Bagi masyarakat

Agar dapat dijadikan sebagai acuan dan data pembanding berkaitan penelitian tentang Kualitas Persepsian, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian yang telah dilakukan.