

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Penduduk di Indonesia mayoritas menganut agama Islam, dengan adanya latar belakang tersebut, membuat kebutuhan pakaian muslim menjadi prioritas utama untuk para kaum muslimah. Hal ini diiringi oleh perkembangan zaman pakaian muslim semakin beragam.

Di Indonesia, perkembangan *fashion* sudah berkembang sangat pesat. Masyarakat memiliki minat akan berhijab yang semakin hari menunjukkan perkembangan yang semakin meningkat. Akhir-akhir ini, hijab telah memasuki dunia *fashion*, hal tersebut berdampak pada bertambahnya produk hijab, termasuk munculnya merek dalam negeri atau lokal.

Pemakaian hijab pada saat ini tidak selalu dihubungkan dengan agama, tetapi sudah menjadi kebutuhan untuk menunjang sebuah penampilan. Hal tersebut, sangat penting untuk seorang produsen memahami model yang dibutuhkan oleh seorang konsumen pada saat ini agar mampu bersaing dengan produk yang lain dan sebagai sarana untuk menentukan suatu strategi dan keunggulan tertentu. Maxmara store merupakan salah satu produsen yang memenuhi kebutuhan konsumen untuk berhijab di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selain sebagai produsen, Maxmara Store menjual produknya sendiri secara *offline* maupun *online*.

Seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk merupakan penyelesaian dari berbagai pilihan. Konsumen melakukan keputusan pembelian melalui 5 tahap, yaitu identifikasi masalah, pencarian suatu informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian, yang dimulai jauh sebelum pembelian.

Harga ialah salah satu faktor yang diperhatikan konsumen saat membeli. Penelitian mengenai dampak harga pada pengambilan keputusan konsumen telah menunjukkan hasil yang beragam. Untuk Zoya Semarang (Soliha, 2019), butik QTA Ponorogo (Laila dan Sudarwanto, 2018), The Secret Factory Outlet Bandung (Tunisia, Anugrah Janwar; Sopa, Martina, 2016) dan Elzatta Hijab Kawi Malang (Putri dan Permatasari, 2018). Di sisi lain, keputusan dalam membeli hijab maulina secara online memiliki pengaruh yang kecil (Jayanti, 2015). Harga yang lebih rendah merupakan pilihan konsumen sangat dipengaruhi dari pada faktor promosi (Kenesei & Todd, 2003)

Harga adalah jumlah yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan, atau jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan atau menggunakan produk atau layanan. Harga memainkan peran yang sama pentingnya dalam membantu konsumen untuk mempertimbangkan suatu keputusan pembelian. Hal tersebut didukung penelitian yang dilakukan Masrita (2013) bahwa variabel harga berpengaruh besar

terhadap keputusan pembelian batik di showroom Dekranasda Provinsi Jambi.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, kehandalan, akurasi produksi, kemudahan pengoperasian dan pemeliharaan, dan atribut berharga lainnya dari produk secara menyeluruh. Kualitas produk akan menjadi suatu pertimbangan yang penting ketika seorang konsumen akan mengambil suatu keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Walukow et al (2014) mendukung hal tersebut, bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial atau simultan terhadap keputusan pembelian.

*Lifestyle* atau gaya hidup yaitu bagaimana seseorang hidup di dunia, yang tercermin di dalam aktivitas, pendapat dan minat. *Lifestyle* menunjukkan pola hidup orang tersebut, seperti yang tergambar di dalam aktivitas, pendapat dan minat seseorang. Menurut Pride dan Ferrell, dalam Saragih (2013) menerangkan bahwa *lifestyle* atau gaya hidup orang juga akan mempengaruhi suatu kebutuhan konsumen. Hal tersebut apabila semakin spesifik gaya hidup konsumen maka akan berpengaruh semakin tingginya pengambilan keputusan konsumen. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2009) menyebutkan bahwa gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Situasi pada lapangan menunjukkan bahwa hijab sedang menjadi tren di semua lapisan masyarakat saat ini. Jilbab kini sudah menjadi gaya hidup

masyarakat muslim. Wisudawati (2014) menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitupun Lembang (2010) berpendapat bahwa kualitas suatu produk akan mempengaruhi keputusan pembelian dan harga juga akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Sementara itu, Setyono (2014) menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam jurnal Yuliana (2009) ditemukan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam Artono (2013) menyimpulkan bahwa harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara itu, Adri et al (2013) menyimpulkan bahwa gaya dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Syahbi (2014) menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan berbelanja seorang konsumen.

Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat kesenjangan antara hasil penelitian dan temuan jurnal, dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa variabel harga, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi, hasil dari penelitian dan jurnal lain menunjukkan bahwa variabel seperti harga, kualitas produk dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, variabel seperti harga, kualitas produk dan gaya hidup tidak serta merta mempengaruhi keputusan pembelian produk Maxmara Store.

Berdasarkan ketidaksamaan hasil dari penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka peneliti ini ingin meneliti kembali faktor- faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen, dengan menguji kembali pengaruh harga, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini mengambil judul Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hijab (Studi Kasus Pada Konsumen Maxmara Store di Yogyakarta)

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang telah dilakukan (Laila, E, J, 2018). Perbedaan ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel gaya hidup, sedangkan dalam penelitian yang akan saya lakukan menggunakan variabel gaya hidup. Perbedaan selanjutnya terletak pada subjek yang diteliti, penelitian sebelumnya menggunakan subjek Butik Qta Ponorogo, sedangkan penelitian yang dilakukan saat ini menggunakan subjek Konsumen Maxmara Store di Daerah Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain yaitu harga, kualitas produk dan gaya hidup. Persaingan yang semakin ketat di dunia bisnis menuntut suatu produsen untuk terus meningkatkan eksistensinya. Cara yang bisa digunakan oleh suatu produsen yaitu menggunakan harga, meningkatkan kualitas produk

dan gaya hidup seorang konsumen. Dari latar belakang tersebut, maka dapat diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab di Maxmara Store?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab di Maxmara Store?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab di Maxmara Store?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di Maxmara Store.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di Maxmara Store.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk di Maxmara Store.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber untuk menambah pengetahuan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

## 2. Manfaat Praktis

### a) Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

### b) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi masyarakat mengenai informasi bagaimana dalam pembelian suatu barang terdapat faktor pendukung.

### c) Bagi Civitas Akademika

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu sumber referensi, khususnya untuk suatu penelitian yang memiliki bahasan atau topik yang relatif sama. Penelitian ini diharapkan menjadi acuan untuk penelitian-penelitian yang akan datang atau selanjutnya agar lebih baik lagi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan untuk mendapatkan atau membeli sebuah produk.

### d) Bagi Pihak Maxmara Store

Untuk pihak Maxmara Store diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini, untuk selanjutnya mengambil langkah-langkah

pemasarnya yaitu untuk menganalisis suatu faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen pada saat pengambilan keputusan membeli sebuah produk Maxmara Store.