BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis di bidang industri pada saat ini telah menunjukkan suatu perkembangan yang sangat pesat khususnya di fashion. Kemudian hal tersebut di tandai dengan banyaknya persaingan dengan berbagai jenis-jenis model baju. Perkembangan pada bidang ini di pengaruhi oleh banyak faktor, yaitu situasi ekonomi di Indonesia yang semakin membaik telah mendorong orang untuk memulai suatu usaha baru. Adapun faktor lain yang juga berpengaruh terhadap perkembangan bisnis fashion baju adalah kualitas produk dan referensi dari teman serta kualitas pelayanan[1].

Segala sesuatu yang berhubungan dengan manusia mengalami perubahan yang sangat signifikan, yang menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat. Hal ini bisa menuntut setiap produsen untuk lebih kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada baik politik,social budaya dan ekonomi.Pada setiap toko semua orang umumnya ingin berhasil dalam menjalankan suatu usaha bisnisnya. Dalam mencapai tujuan tersebut salah satunya melakukan suatu kegiatan pemasaran yakni melakukan suatu proses social di dalamnya individu dan kelompok dengan begitu pada pengusaha bisa mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan penawaran dan serta bebas

[1] Ujang Sumarwan, *perilaku konsumen teori dan penerapannya dalam pemasaran*, (Jakarta : Ghalia Indonesia,2011), hal 447-448

mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain[2]. Syarat yang harus di penuhi oleh perusahaan tentunya di bidang industri fashion agar bisa mencapai suatu kesuksesan dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar tidak lari dari produk kita.Agar tujuan tersebut bisa tercapai maka setiap perusahaan harus menghasilkan dan menyampaikan kualitas barang dan jasa apa yang diinginkan konsumen.produsen harus memperhatikan dan mempertimbangkan mengenai keputusan pembelian pada konsumen. Masalah yang sering dihadapi oleh suatu perusahaan adalah masalah yang mengenai produk kita.

Di kota Blitar bisnis industri di bidang fashion menyediakan berbagai jenis pakaian baju custom,topi,*sticker custom,hodie custom* dll. pelayanan yang tentunya sangat ramah dan di sediakan wifi diberikan untuk itu bisa memberikan rasa nyaman agar konsumen tidak lari dari produk kita. Setiap setiap bisnis fashion tentunya memberikan karakteristik yang berbeda-beda apa yang mereka tawar dapat menerima semua konsumen baik dikalangan menengah atau kalangan keatas.Selain itu ada UU tentang perlindungan konsumen agar konsumen tersebut aman dan merasa nyaman, konsumen juga berhak untuk mendapatkan hak-haknya konsumen yang telah diatur dalam Udang-Undang Perlindungan Konsumen UUD No. 8 Tahun 1999 Hak dan Kewajiban Bagian Pertama Pasal 4. Dimana hak konsumen yang pertama yaitu hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan atau jasa, kedua hak untuk memilih barang barang atau jasa sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang

[2] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Terjemahan oleh Benyamin Molan Jilid 2 Edisi Kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 19

dijanjikan, ketiga hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa, keempat hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan jasa yang digunakan, kelima hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan, dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut, keenam hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen, ketuju hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif, kedelapan hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian, apabila barang dan jasa yang diterima tidak sesuai dengan dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya, kesembilan hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.[3]

Faktor pertama adalah Kelompok reverensi, pada usia 23 tahun ketas merupakan suatu kelompok referensi yang paling banyak ditemukan dalam bisnis industri khususnya dalam bidang industry fashion. Pada bisnis industri fashion juga di pengaruhi faktor lingkungan dalam membelian agar kita dapat barang yang bagus dan sesuai yang kita inginkan. Lingkungan tersebut ialah lingkungan yang terbagi menjadi dua bagian yaitu lingkungan social makro dan mikro. Lingkungan social makro antara lain adalah budaya dan kelas social. Sedangkan lingkungan social mikro yaitu organisasi,keluarga dan media. Masing-masing faktor tersebut member pengaruh besar terhadap terhadap kepuasan konsumen. Sebagai contoh kecilnya yaitu teman dekat kita yang akan memberikan pengaruh terhadap kita ketika dia menggunakan produk atau mengkonsumsi produk yang menaarik dan unik, dan dengan senang hati teman kita akan menjelaskan dengan

[3] Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapanya Dalam Pemasaran*, (Jakarta : Ghalia Indonesia,2011), hal. 347-348

sukarela ketikan kita bertanya tentang produk yang digunakannya dan secara tidak langsung kita telah mendapatakan informasi tentang produk atau konsumsi tersebut.

Kelompok referensi adalah seseorang individu atau kelompok orang yang secara nyata mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen. Kelompok referensi digunakan oleh seseorang konsumen sebagai dasar untuk membandingkan atau sebuah referensi dalam bentuk respon afektif dan kognitif dan perilaku. Konsumen acuan atau konsumen referensi akan memebrikan standart nilai yang akan memepengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Dalam presfektif pemasaran , kelompok referensi adalah sebagai kelompok kelompok yang berfungsi sebagai refernsi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.

Kualitas pelayanan adalah tingkatan baik buruknya kegiatan yang dapat didefinisikan tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat.[4] Kualitas pelayanan pada suatu perusahaan dalam memuaskan keinginan konsumen dapat menjadi salah satu penilaian konsumen untuk mempertimbangkan sebelum menjadi konsumen yang loyal. Bagi konsumen mereka tidak hanya sekedar membeli produk namun konsumen sekaligus membeli layanan yang menyertainya. Pada dasarnya konsumen akan merasa puas jika dilayani dengan sopan, ramah, dan dengan penuh perhatian sehingga akan timbul rasa kepuasan konsumen. Dengan demikian, pelayanan terhadap konsumen merupakan hal yang sangat penting

---

[4] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Salemba Empat:Jakarta,2008), hal. 90.

dalam menentukan kepuasan konsumen dan keinginan konsumen untuk membeli ulang di tempat tersebut.

Keputusan pembelian adalah keputusan pemebelian, pada proses ini pengambilan keputusan yang rumit sering melibatkan beberapa keputusan. Suatu keputusan melibatkan pilihan di anatara dua atau lebih alternative tindakan. Pada intinya, walaupun pemasaran sering mengacu pada pilihan anatara objek (produk,merek atau took), walaupun sebenarnya memilih diantara perilaku alternatif yang berkaiatan dengan objek tersebut.Pemasaran biasanya tertarik pada perilaku pembelian konsumen, terutama pilihan pada merek atau produk dan jasa yang mana yang akan dia beli.

Oleh karena itu berbagai perusahaan dan bisnis untuk selalu meningkatkan kemampuannya dalam melayani dan memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini menjadikan pihak perusahaan harus mampu untuk menghasilkan dan menjaga kelompok referensi, kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik. Seperti halnya yang terdapat dalam baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.

FNL Industri adalah sebuah industri yang terletak di desa bacem Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar. FNL Industri menjual berbagai macam seperti baju polos,baju custom,topi custom,hodie custom dan masih banyak lainnya. Dan baju custom diberikan mulai dari Rp 50.000-Rp.250.000. FNL Industri sendiri buka mulai pukul 07.00 sampai dengan pukul 17.00. Di FNL Industri setiap bulannya adalah mempunyai pelanggan kurang lebih sebanyak 150 pelanggan dalam satu bulan, dan selalu bertambah dalam setiap bulannya.

Tabel 1.1
Tabel Pengunjung Di FNL Industri Blitar Bulan Mei Tahun 2019

BULAN	JUMLAH KONSUMEN
JANUARI	164 ORANG
FEBRUARI	175 ORANG
MARET	189 ORANG
APRIL	179 ORANG
MEI	198 ORANG

Dari tabel 1.1 diatas adalah jumlah konsumen FNL Industri Blitar pada Bulan Mei Tahun 2019. Pada tabel di atas setiap minggunya mengalami penurunan dan kenaikan dalam pengunjung FNL Industri Bliar.

Hasil penjualan baju custom FNL Industri Ponggok Blitar masih terbilang fluktuatif yang mana ada peningkatan dan penurunan dalam penjualannya. Untuk memperoleh gambaran mengenai penjualan di baju custom FNL Industri Kecamatan Ponggok Kabupaten Blitar, maka disajikan tabel data penjualan.

Tabel 1.2
Penjualan FNL INDUSTRI Bulan Januari-Agustus Tahun 2018

Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/Penurunan (Rp)
Oktober	Rp.90.000.000	-
November	Rp.88.000.000	-2.000.000
Desember	Rp.91.000.000	3.000.000
Januari	Rp.93.000.000	2.000.000
Februari	Rp.90.000.000	-3.000.000
Maret	Rp.87.000.000	-3.000.000
April	Rp.91.000.000	4.000.000
Mei	Rp.95.000.000	4.000.000

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa penjualan FNL Industri Ponggok Blitar mengalami peningkatan dan juga penuruan. Penjualan mengalami peningkatan pada bulan Desember dan mengalami penurunan pada bulan

Februari. Hal ini dikarenakan tingkat penjualan di FNL Industri yang menurun sebagai akibat dari berkurangnya konsumen yang melakukan pembelian.

Dengan ini maka FNL Industri harus mengetahui bagaimana cara agar pengunjung minat dalam membeli produk baju custom selalu meningkat. Dalam usaha agar memuaskan para konsumen FNL Industri Blitar maka terlebih dahulu harus mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen serta bagaimana konsumen dapat berminat pada suatu produk yang di jual oleh FNL Industri. Dalam hal ini FNL Industri harus mengetahui faktor apa saja yang dapat memberikan alasan mengapa seseorang membeli barang dan jasa tersebut, selain jenis dan sifat produk tersebut.

Untuk mengetahui apakah telah memberikan kelompok referensi, pelayanan dan produk yang berkualitas pada pembeli/konsumen, dan adakah pegaruhnya dalam keputusan pembelian, maka perlu adanya penelitian untuk mengetahui mengenai pengaruh kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Melihat latar belakang permasalahan di atas, maka penulis mengambil judul untuk penelitiannya yaitu, **"Pengaruh Kelompok Referensi, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Fnl Industri Ponggok Blitar"**

B. Identifikasi Masalah

Dalam penelitian dibahas mengenai identifikassi cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kelompok

referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada FNL Industri blitar. Identifikasi masalah yang mungkin muncul yaitu :

1. Semakin ketatnya suatu persaingan dalam bidang kuliner yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
2. Strategi kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh baju custom FNL Industri Ponggok Blitar untuk mendapatkan konsumen.
3. Besarnya kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.

C. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang masalah, perlu diterangkan dalam suatu rumusan masalah yang jelas untuk memberikan arah terhadap pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Apakah kelompok referensi berpengaruh signifikan terhadap teputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar?
b. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar?
c. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar?
d. Apakah kelompok referensi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan :

a. Untuk menguji mengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.
b. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.
c. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar
d. Untuk menguji kelompok referensi, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.

E. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian yang diharapkan penulis dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

   Sebagai seumbangsih pemikiran dalam bidang ilmu Manajemen Pemasaran.

2. Secara Praktis

   a) Bagi Lembaga

      Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada baju custom FNL Industri Ponggok Blitar untuk melihat pengaruh kelompok referensi, kualitas produk, kualitas pelayanan yang diberikan terhadap keputusan pembelian yang diperoleh konsumen

sehingga dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam penentuan kebijakan FNL Industri yang akan datang.

b) Bagi Akademik

Untuk sumbangsih perbendaharaan kepustakaan di IAIN Tulungagung.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya pada variabel yang berbeda.

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini digunakan untuk mengetahui tentang variabel-variabel yang diteliti, membatasi permasalahan yang akan diteliti dan lokasi penelitian sehingga tidak menyimpang dari tujuan yang dikehendaki. Adapun ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh variabel kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian baju custom FNL Industri Ponggok Blitar.
2. Penelitian dibatasi pada hasil rekapitulasi data variabel kelompok referensi, rekapitulasi data variabel kualitas produk, rekapitulasi data variabel kualitas pelayanan dan rekapitulasi data variabel keputusan pembelian.

Penelitian ini dibatasi guna menghindari batasan masalah yang berlebihan pada peneliti. Batasan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai beikut:

1. Peneliti ini berfokus pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas dalam penelitian ini meliputi kelompok referensi (X1),

Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) adalah Keputusan Pembelian.

2. Data penelitian pada variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) didapatkan dari koesioner (angket).
3. Dalam penelitian ini akan membatasi ruang lingkup obyek penelitian yang membahas tiga variabel yaitu kelompok referensi, kualitas produk dan kualitas pelayanan dan peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada keputusan pembelian.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

Variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah:

a. Variabel terikat (Dependen atau Y)

Kepuasan konsumen

Keputusan pembelian adalah suatu tahan dalam proses pengambilan keputusan membeli dimana konsumen benar-benar membeli suatu produk.

b. Variabel Bebas (Independen atau X)

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi disebut juga kelompok acuan. Kelompok reverensi merupakan sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang secara langsung atau tidak langsung.

2) Kualitas Produk

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar agar menarik

perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.[5]

3) Kualitas Pelayanan

Menurut Rambat Lupiyoadi Kualitas pelayanan adalah tingkatan baik buruknya kegiatan yang dapat didefinisikan tersendiri, yang pada hakekatnya bersifat tak teraba yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat.[6]

2. Secara Operasional

Secarao perasional penelitian ini dimaksudkan untuk menguji Pengaruh kelompok referensi ,kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada FNL Industri Blitar. Pada penelitian ini obyek yang diteliti terdiri dari tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Yang mana variabel bebas meliputi X1adalah Kelompok Referensi, X2 adalah kualitas produk, dan X3 adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel Y adalah keputusan pembelian.

H. Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan skripsi maka penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Maka penulis akan mendeskripsikan

---

[5] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Terjemahan oleh Benyamin Molan Jilid 2 Edisi Kesebelas*, (Jakarta: Indeks, 2007), hal. 266

[6] Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran*…, hal. 90

sistematika penulisan menjadi 3 bagian, yaitu bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir, sebagaimana berikut :[7]

1. Bagian Awal

   Pada bagian ini berisi halaman sampul depan, halaman judul. halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, motto, halaman persembahan, prakata, halaman daftar isi, halaman tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar, lampiran, transliterasi dan abstrak

2. Bagian Inti

   Pada bagian ini terdiri dari 6 (enam) bab dengan rincian sebagai berikut: dalam bab pertama ini akan dijelaskan gambaran singkat apa yang akan dibahasan dalam skripsi, yaitu : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasanistilah dan sistematika penulisan skripsi. Pada bab ini peneliti menggambarkan tentang keadaan dari berbagai hal mengapa skripsi dibuat dengan judul tersebut dan mengidentifikasi dan pembatasan masalahnya serta fokus penelitian, tujuan dilakukan penelitian serta kegunaan penelitian, penegasan istilah dan hal apa yang akan ada dalam skripsi ini.

   Dalam bab kedua ini membahas tentang variabel pertama yaitu kelompok referensi, dan variabel kedua yaitu kualitas pelayanan, dan variabel ketiga yaitu kualitas produk dan yang ke empat keputusan pembelian, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, hipotesis

[7]Tim Penyusun, *Buku Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Pedoman Penyusunan Skripsi*. (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2016), hal. 33

penelitian. Kaitannya bab kedua ini dengan bab pertama yaitu pada pada bab ini menjelaskan mengenai teori dari berbagai variabel yang tercantum dalam judul sehingga dapat menjadi acuan untuk bab selanjutnya.

Dalam bab ketiga ini dijelaskan tentang metode penelitian yang digunakan terdiri dari, pendekatan dan jenis penelitian, sumber data, tekhnik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisisdata. Pada bab ini penulis menjelaskan secara rinci mengenai cara dan pengaplikasian data yang diperoleh dan cara mengolahnya disesuaikan dengan judul skripsi.

Dalam bab keempat ini berisi tentang paparan data atau hasil data yang disajikan dalam sebuah pertanyaan-pertanyaan atau sebuah pernyataan-pernyataan penelitian dan analisis data. Paparan tersebut diperoleh dari pengamatan, wawancara dan deskripsi informasi lainnya. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian paparan data dari lapangan yang telah disusun sedemikian rupa. yang meliputi kelompok referensi, kualitas pelayanan,kualitas produk dan kepuasan konsumen baju custom FNL Industri Blitar. Dan penulis juga akan memberikan pemaparan atau analisis mengenai hasil dari penelitian.

Dalam bab kelima ini akan dibahas mengenai pembahasan data penelitian dan analisis data. Dan juga kaitannya dengan latar belakang maupun fokus penelitian dan teori yang ada.

Dalam bab keenam ini menguraikan tentang kesimpulan penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian yang dilakukan berdasarkan analilis data dari temuan di

lapangan, implikasi penelitian dan adapun saran yang ditujukan kepada pihak yang berkepentingan terhadap adanya penelitian ini, baik kepada pihak studio maupun pihak lain yang mengadakan penelitian ini.

3. Bagian akhir

Pada bagian ini memuat daftar pustaka, lampiran-lampiran dan daftar riwayat hidup.