

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Lingkungan bisnis pada zaman sekarang ini telah mengalami perubahan yang sangat signifikan. Banyak para pebisnis diluar sana yang sangat memanfaatkan situasi dan kondisi untuk meraup penghasilan. Tidak hanya produk seperti mainan, alat tulis, maupun aksesoris saja. Akan tetapi produk fashion lebih digemari masyarakat terutama pada generasi millennial. Fashion itu sendiri merupakan kebiasaan seseorang yang melekat pada diri mereka dan bisa diartikan dalam penggunaan barang yang mereka pakai, seperti cara berpakaian, make up, aksesoris, hingga model rambut dan model hijab. Dampak kemajuan dari adanya teknologi digital memberikan pemahaman dan informasi yang jelas dan terkini mengenai fashion masyarakat. Dengan begitu, mereka akan meniru dan mengikuti perkembangan yang sedang marak pada saat itu untuk menjadi stylish dan keren.¹ Apalagi fashion muslim sendiri saat ini menjadi pelindung sekaligus bagian dari kesopanan serta menjadi identitas diri bagi pemakainya. Perubahan dari tahun ke tahun membuat gaya model fashion muslim yang silih berganti sangat diminati oleh sebagian besar kalangan wanita-wanita muda. Keberadaan fashion muslim juga mengalami peningkatan seiring

¹ Apiaty Kamaludin, *Administrasi Bisnis*, (Makassar : CV Sah Media, 2017) hlm. 62

dengan pembelian konsumen yang terus bertambah, sehingga fashion muslim sangat diterima oleh semua orang dan menjadikan produsen harus siap tanggap dalam mengeksplor lebih banyak produk fashion untuk dikembangkan ke dalam model terkini pada saat ini.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor fashion muslim tahun 2021 tercatat sebesar USD 4,68 miliar atau naik 12,49 persen dibandingkan tahun sebelumnya sebesar USD 4,16 miliar. Sementara itu, nilai ekspor fashion muslim periode Januari-Mei 2022 tercatat sebesar USD 2,35 miliar atau naik 41,42 persen dibandingkan tahun lalu yang sebesar USD 1,66 miliar. Selain itu, Indonesia juga merupakan eksportir produk fashion muslim ke-18 dunia.² Bisa disimpulkan bahwa produk fashion muslim ini terus mengalami peningkatan, yang artinya bisa meningkatkan kebutuhan terhadap produk halal yang cukup besar untuk kalangan masyarakat Indonesia dan juga dunia. Dengan adanya peningkatan tersebut, produk fashion muslim bisa semakin meluas, bertambahnya penjualan dari segi kualitas maupun harga yang dapat memperkuat industri halal melalui pengembangan fashion muslim ini. Dengan adanya populasi muslim yang mayoritas banyak di Indonesia ini juga dapat dimanfaatkan melalui partisipasi generasi muda yang berpotensi membangkitkan akses produk kepasar global dan dapat menghadapi persaingan pasar dengan baik.

² Owo, "Indonesia Siap Kuasai Pasar Fashion Muslim Dunia-Ekspor Pakaian Terus Meningkat", 2022, dalam <https://www.neraca.co.id/>, diakses 13 September 2023

Menurut perspektif Islam, bahwasannya berbagai jenis pakaian yang dipakai oleh orang-orang muslim yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, dalam arti untuk menutupi bagian-bagian tubuh yang tidak pantas untuk diperlihatkan kepada publik yang pada intinya harus dikaitkan dengan sikap ketaqwaan yang menyangkut nilai psikologis terhadap pemakainya dalam menumbuhkan konsep diri namun dengan memperlihatkan bentuk mode pakaian, warna, keindahan. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai alat pelindung tubuh manusia, tetapi juga sebagai alat untuk menambah kepercayaan diri bagi pemakainya bahkan pakaian dapat berfungsi untuk menilai apakah seseorang terlihat cantik, tampan, modis, fashionable, dan menunjukkan tingkat sosial pemakainya namun tetap sesuai dengan mengikuti prinsip-prinsip syariah.³ Oleh sebab itu, permintaan fashion membuat peluang bisnis bagi perusahaan dalam mengembangkan teknologi dalam mempromosikan produknya dengan sangat cepat. Apalagi trend fashion memiliki prinsip bahwa mengacu pada selera konsumen dan keinginan konsumen yang selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan yang disebabkan karena pengaruh budaya pada masyarakat. Perusahaan selalu meningkatkan ke-efektifan dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan dengan melakukan pemasaran. Pemasaran adalah segala kegiatan yang menyangkut penyampaian produk dan jasa mulai dari produsen hingga sampai konsumen. Dengan begitu konsumen akan lebih

³ Nur Amalina, Alfina Rahma Wani, dan Dini Lestari, "Analisis Fashion Muslim Di Era Millennial Dalam Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 1, No. 3, 2022, dalam <https://jurnaluniv45sby.ac.id/>, diakses 24 September 2023

tau trend apa yang sedang eksis di pasaran dalam menjangkau perubahan penampilan yang lebih baik di kalangan masyarakat. Perusahaan maupun pelaku usaha bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang baik agar bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan dan dapat bersaing dengan kompetitor besar yang lain. Dampak dari adanya kegiatan tersebut adalah untuk mempermudah perusahaan maupun pelaku bisnis yang sedang berkembang dalam mendapatkan konsumen yang setia pada perusahaan tersebut.

Melihat lingkungan sekitar saat ini, semakin banyak perempuan yang mengenakan busana muslimah. Mereka mengenakannya tidak hanya di tempat yang berhubungan dengan acara keagamaan tetapi juga di ruang-ruang publik seperti sekolah, kampus, kantor, mall. Pemakai busana muslimah juga tidak identik dengan ibu-ibu bergaya kaku dengan pakaian monoton tetapi justru didominasi perempuan muda dengan gaya pakaian yang modis dan up to date. Dibandingkan pada dahulu, dimana perempuan yang mengenakan busana muslimah pada kesempatan umum, meskipun ada, masih sangat jarang, terlebih bagi perempuan muda dan remaja putri.⁴

Bahkan di Indonesia sendiri mencanangkan ingin menjadi pusat mode busana muslim. Pada masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim ini telah menjadikan paradigma yang signifikan terhadap busana muslim. Kesadaran akan islam dari kelas menengah menjadikan banyak kalangan yang juga bisa menyesuaikan gaya

⁴ Sri Ika Damayanti, "Perkembangan Desain Budaya Muslim Dalam Tinjauan Sosiologis", 2014, dalam <https://journal.isi.ac.id/>, diakses 13 September 2023

hidup modern dengan tradisi yang islami. Dapat dilihat bahwasannya busana muslim juga sudah mewarnai sebagian besar wanita Indonesia dalam berbagai ajang kesempatan. Selain itu, pemakaian produk fashion muslim juga menjadikan perasaan seseorang untuk lebih aman dan lebih praktis dan juga melihat potensi gaya hidup yang ada menjadikan keunikan dan warna busana fashion muslim Indonesia bisa dapat memadukan unsur etnik, elegan, serta modern yang memperlihatkan bahwa fashion muslim lebih dapat menarik dan bisa direspon dengan sangat baik sehingga mempercepat perluasan trend pada lapisan masyarakat.⁵

Produk fashion muslim yang ada di Tulungagung pada saat ini terbilang sudah banyak, banyak toko lama ataupun baru yang berkembang di kota Tulungagung ini dengan menjual berbagai produk-produk fashion yang saat ini diminati oleh berbagai kalangan. Kenyataan pada peluang yang pembelian tersebut berujung pada tingginya permintaan terhadap produk fashion muslim dan mendorong pebisnis untuk mengembangkan bisnisnya secara massal. Semakin banyak produk fashion yang marak pada saat ini, semakin banyak juga para pebisnis yang mengembangkan bisnisnya dengan sangat pesat untuk memenuhi kebutuhan para konsumen. Banyak toko-toko yang saya temui di kota Tulungagung yang sangat banyak melihat dengan zaman saat ini juga sangat mementingkan kebutuhan akan trend yang lagi marak dan juga mempertimbangkan kualitas baju yang dipakainya, berapapun harganya jika sesuai dengan kehendak konsumen pun juga akan

⁵ *Ibid.*, hlm. 3-4

dibeli sesuai kemauan dari konsumen tersebut. Dengan begitu, konsumen tertarik dan pastinya melakukan pembelian ulang yang berpengaruh pada peningkatan pembelian. Di sisi lain, para pebisnis produk fashion muslim harus mempunyai cekatan dan ide fashion yang menggeluti trend pada saat ini di kalangan anak muda yang seringkali kerap tampil fashionable, dengan begitu produknya tidak akan ketinggalan zaman dan bisa bersaing dengan yang lain.

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi dalam seberapa pengaruh kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung yang berada di Jalan Supriyadi 30A Desa Bago Kabupaten Tulungagung. Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung ini merupakan salah satu distributor resmi busana muslim brand yang terdapat di berbagai kota. Produk yang menjual berbagai perlengkapan muslim ini selalu mengeluarkan produk-produk terkini seperti gamis, atasan, koko, hijab, sepatu, sarung, mukena, aksesoris dan lain-lain. Disana juga bisa melakukan request pembelian sarimbit dengan keluarga, teman, atau saudara maupun digunakan dalam acara-acara penting. Dengan kualitas produk yang dimiliki, tempat yang bersih dan suasana yang nyaman akan berdampak pada konsumen dalam melakukan pembelian pada toko tersebut. Para konsumen pun percaya dan yakin mereka mempercayakan kualitas pakaiannya pada toko Nibras ini. Toko Nibras ini menjadi pusat gamis dari para ibu-ibu, apalagi ketika menjelang hari raya idul fitri selalu ramai dan

berbondong memesan pakaian sarimbit keluarga untuk digunakan pada hari raya idul fitri. Berikut data jumlah pembeli di Toko Nibras House Tulungagung tahun 2023

Tabel 1.1

Data Jumlah Pembeli Pada 19 Januari 2023- 19 November 2023

Bulan	Jumlah Kunjungan
Januari	288
Februari	525
Maret	696
April	1250
Mei	218
Juni	341
Juli	212
Agustus	221
September	251
Oktober	385
November	323
Total Jumlah Pembeli	4.710

Sumber: Data kunjungan pembeli Nibras House Tulungagung

Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui jumlah konsumen dari Januari-Desember banyak mengalami penurunan maupun peningkatan setiap bulannya. Dengan konsumen yang bisa dikatakan tidak sedikit, tetapi produk tersebut diminati masyarakat dibuktikan dengan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen pada Toko Nibras tersebut.

Terdapat Keunggulan pada Toko Nibras ini selain menjual busana muslim, para karyawannya juga memakai busana yang berseragam dan memakai produk yang bagus sama seperti kualitas produk yang dijualnya. Toko Nibras ini juga sering memberikan diskon pada hari-hari khusus *up to 50%*, memberikan promo jum'at berkah, memberikan promo *buy one get one*, memberikan presale harga serba 100 ribuan dan masih banyak lagi.

Toko Nibras ini memang banyak dijumpai di berbagai kota, namun Nibras Official yang menaungi Nibras yang ada di setiap kota yang juga sering mengadakan give away, challenge, lomba seragaman dengan memakai produk dari Nibras, bagi-bagi THR pada sosial media. Toko Nibras ini selalu menghadirkan produk-produk yang terbaru dan tidak ketinggalan zaman, simpel, dan pastinya banyak disukai oleh sebagian besar masyarakat. Lokasi toko Nibras ini juga strategis terdapat di kota yang memudahkan akses konsumen dalam berbelanja. Dan yang lebih menariknya lagi, Brand Lokal Indonesia Nibras Fashion ini hadir pada event halal terbesar dunia pada acara OIC Halal Expo tahun 2021 yang berada di Istanbul Turkey yang bertujuan memajukan ekonomi kreatif dalam penguatan sektor industri perdagangan.



Sumber : tribunnews.com

Gambar 1.1
Event OIC Halal Expo 2021

Banyak anak muda maupun kalangan orang tua juga ingin tampil

lebih stylish dengan menggunakan produk yang berkualitas dan kerap ingin tampil fashionable dalam acara apapun, produk dari Nibras ini tidak akan ketinggalan zaman dan dapat bersaing dengan produk yang lain. Banyak testimoni dari para masyarakat yang sudah melakukan pembelian pada toko tersebut dan merasa puas dengan produk yang dibeli. Tidak diragukan lagi bahwasannya banyak yang merespon positif terhadap produk dan kualitasnya, sehingga brand dari Nibras ini juga ikut andil dalam acara internasional, disisi lain juga dapat mendorong brand Nibras ini memiliki kemajuan yang sangat signifikan dan terus digemari oleh masyarakat.

Terdapat novelty atau kebaruan dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain dilihat dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan mengkombinasikan suasana toko pada judul penelitian. Selain itu, judul yang saya pilih berbeda dengan judul lain yang biasanya mengambil judul pada toko yang menjual berbagai macam kebutuhan, dan pada judul penelitian ini hanya memfokuskan pada toko fashion muslim saja yang saat ini sedang marak dan banyak masyarakat yang memilih fashion muslim menjadi kebutuhan mereka. Dari penelitian terdahulu belum ada yang meneliti dengan mengkombinasikan variabel seperti penelitian ini dan juga menggunakan fashion muslim seperti penelitian ini.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang sudah dibahas tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko, dan Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah topik yang berisi tentang permasalahan dari latar belakang yang telah disampaikan. Berdasarkan penjelasan dan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang disimpulkan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung?
2. Apakah suasana toko berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung?
4. Apakah kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan penjelasan mengenai harapan yang diinginkan penulis atas pembahasan dari pemecahan rumusan masalah. Berdasarkan pemaparan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini memiliki beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung.
2. Untuk menguji signifikansi pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung.
3. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung.
4. Untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada toko fashion muslim Nibras House Tulungagung.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak dalam menambah informasi yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Secara Teoritis

Adanya pengkajian ini diperlukan untuk bermanfaat dan dijadikan acuan secara teoritis dalam menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Penelitian ini diperlukan yang dapat menambah sumber rujukan untuk kepastakaan di UIN Tulungagung. Khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan sebagai bahan masukan dan acuan dalam upaya memberikan kontribusi untuk terus meningkatkan kualitas produk yang dijual, suasana toko yang berpengaruh pada efektivitas penjualan, serta dalam memberikan kualitas pelayanan kepada konsumen pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Manfaat dari penelitian ini diperlukan untuk digunakan sebagai informasi tambahan dan sumber rujukan untuk penelitian yang lebih mendalam selanjutnya.

E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang Lingkup

Sebagaimana disebutkan dalam judul penelitian, ruang lingkup penelitian ini akan dilakukan pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung di Jalan Supriyadi 30A Desa Bago, Kabupaten Tulungagung. Variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan sebagai variabel independent, serta kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Data berasal dari penyebaran

kuisisioner kepada konsumen di Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung, kemudian diolah menggunakan SPSS.

2. Keterbatasan Penelitian

Mengingat luasnya permasalahan, maka peneliti memberikan batasan masalah dalam melakukan penelitian yaitu membahas tentang pengaruh kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung.

F. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

a. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk merupakan cara atau langkah dari produk itu sendiri agar bisa dihandalkan oleh banyak orang yang mencakup kekuatan, daya tahan produk, pengemasan produk, kemudahan, maupun ciri-ciri lainnya. Kualitas produk yang baik maupun buruk dinilai oleh konsumen berdasarkan apa yang mereka lihat, pakai, dan merasakan. Pembeli akan merasa cocok jika produk tersebut bisa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, perusahaan dikatakan berhasil dalam memasarkan produk mereka.

Sebelum melakukan pembuatan produk, perusahaan melakukan survey dan orientasi kepada keinginan pasar dan selera konsumen.⁶

b. Suasana Toko (X2)

Suasana Toko merupakan langkah perusahaan maupun pelaku bisnis dalam merancang desain lingkungan sekitar pada toko yang ditujukan untuk memberikan kesan yang menarik kepada konsumen yang berbelanja. Menurut Kotler dan Keller, suasana toko merupakan kondisi sekitar yang sudah direncanakan sesuai dengan prediksi dan sasaran yang sesuai sehingga dapat muncul ketertarikan konsumen untuk membeli.⁷

c. Kualitas Pelayanan (X3)

Kualitas pelayanan adalah suatu tindakan atau langkah perusahaan dalam memberikan perbaikan mutu terhadap proses, produk, maupun servis yang diberikan oleh perusahaan. Pelayanan itu sendiri merupakan kegiatan yang selalu dilakukan penjual kepada pelanggan yang sedang berbelanja dalam memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan. Pelayanan dapat dilakukan ketika para konsumen memilih produk yang terdapat pada toko dan melakukan transaksi pembelian. Dapat disimpulkan bahwasannya ketika pelayanan yang dilakukan berkualitas dan baik maka juga

⁶ Budiharjo, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua", *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 8, No.2, 2018 : 97-98, dalam <https://www.neliti.com/id/>, diakses 10 September 2023

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (Alih Bahasa Bob Sabran), *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*, (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 69

akan berdampak baik bagi perusahaan dan menghadirkan pelanggan yang loyal dan dapat memberikan feedback yang baik juga pada perusahaan.⁸

d. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting dalam sebuah keberhasilan pelaku bisnis maupun perusahaan. Perusahaan harus selalu mengetahui faktor dan pergeseran yang berubah pada kebutuhan konsumen setiap saat. Perusahaan yang mengutamakan keinginan dan kebutuhan konsumen tersebut akan menjadikan konsumen puas dan tingkat kepuasan konsumen berbeda-beda dalam mengekspresikannya.⁹

2. Definisi Operasional

Definisi operasional pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Fashion Muslim Nibras House Tulungagung”, membahas mengenai bagaimana kepuasan konsumen Nibras House yang ditimbulkan karena pengaruh kualitas produk, suasana toko, dan kualitas pelayanan.

⁸ Masram, *Loyalitas Pelanggan*, (Sidoarjo: Zifatama Publisher, 2014), hlm. 32

⁹ Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: JTI, 2019), hlm. 15

G. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan skripsi bertujuan dalam memudahkan menulis laporan penelitian yang dilakukan, kemudian dijadikan beberapa bab, antara lain:

Bagian awal terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari beberapa bagian, antara lain:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini merupakan bentuk ringkas dari keseluruhan isi penelitian dan gambaran permasalahan yang singkat. Bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, dan definisi operasional.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini menjelaskan telaah pustaka terkait tentang definisi judul penelitian. Bab ini berisi kerangka teori, kajian penelitian Terdahulu, dan kerangka Operasional.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, teknik sampling, dan sampel penelitian, sumber data, variabel penelitian, skala pengukuran, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian. Pada bab ini menyajikan paparan data yang sesuai dengan pertanyaan pada rumusan masalah atau hasil penelitian yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis.

BAB V Pembahasan. Pada bab ini berisi mengenai pembahasan dari hasil penelitian pada bab sebelumnya.

BAB VI Penutup. Pada bab ini menguraikan tentang kesimpulan yang menjawab atas pokok permasalahan dan saran peneliti mengenai penelitian.

Bagian akhir terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat keaslian skripsi dan daftar Riwayat hidup.