

# BAB I

## PENDAHULUAN

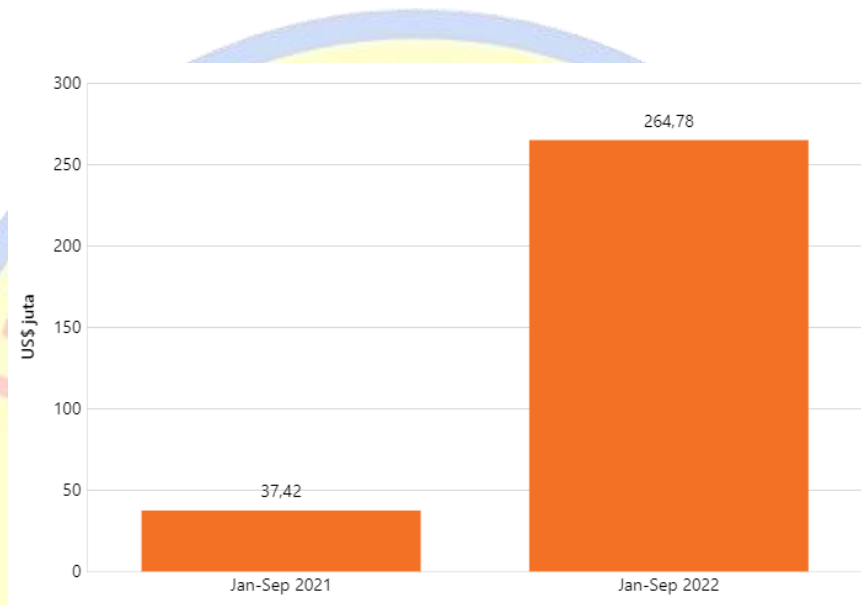
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era modern ini kemajuan teknologi menciptakan berbagai kemajuan gaya hidup masyarakat semakin beragam. Gaya hidup menjadi kehidupan sehari-hari, salah satunya adalah *trend* yang sedang berkembang yaitu dalam bidang *fashion*. Perkembangan teknologi yang cepat dan pesat telah menjadi salah satu faktor utama yang mendukung munculnya dan meluasnya *trend fashion* di kalangan masyarakat. Industri *fashion* semakin meluas dalam penjualan pakaian impor bekas yang bermerek baik melalui toko online, mall dan pasar beberapa orang lebih memilih untuk membeli produk *second*, terutama jika produk tersebut berasal dari merek yang terkenal.

Peningkatan penjualan pakaian bekas impor di Indonesia disebabkan oleh persepsi bahwa nilai barang impor produk *second* cenderung mempunyai kualitas yang baik dan harga yang sangat terjangkau dibandingkan dengan produk lokal. Konsumen cenderung untuk membeli pakaian *second* daripada pakaian baru karena terdapat penjual pakaian *second* yang mempunyai barang yang berkualitas dari luar negeri dan telah mempunyai *brand* yang terkenal. Konsumen juga menginginkan produk berkualitas yang sebanding dengan harga yang dibeli. Untuk terlihat menarik seseorang perlu mengikuti *trend* yang sedang belangsung, tetapi tidak semua orang mampu melakukannya. Banyak yang menyadari bahwa mengikuti *trend* terbaru memerlukan biaya yang cukup besar. Dengan perubahan mode yang cepat dan tak terduga sebagian orang menyadari perlunya mencari jalan pintas atau menggunakan metode lain seperti berbelanja barang bekas untuk tetap mengikuti *trend fashion*.

Pertumbuhan *trend fashion* dan meningkatnya minat masyarakat terhadap pakaian bekas berdampak pada peningkatan impor pakaian bekas di Indonesia. Berdasarkan dari hasil data

Badan Pusat Statistik terdapat peningkatan signifikan sebesar 37,42 dalam nilai impor pakaian bekas selama periode Januari hingga September 2021. Sedangkan selama periode Januari hingga September 2022 terdapat peningkatan signifikan sebesar 264,78 Menurut data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik, impor pakaian bekas di Indonesia mencapai total 26,22 ton sepanjang tahun 2022.



Gambar 1.1 Nilai Impor Pakaian Bekas

Sumber : databoks.katadata (2024)

Berdasarkan grafik tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan nilai impor pakaian bekas mengalami peningkatan yang sangat mencolok. Peningkatan ini berdampak negatif terhadap penjualan pakaian yang dijual oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di dalam negeri. Thrifting dimulai dari kesadaran masyarakat terhadap barang-barang yang tidak terpakai atau bekas. Thrift juga dapat diinterpretasikan sebagai tindakan yang tepat dan efisien dalam pengelolaan uang dan barang lainnya. Thrifting semakin populer, khususnya di kalangan generasi muda. yang ingin tampil modis, tidak terbatas pada mereka yang suka berbusana modis.

Semua orang dapat menikmati *thrifting* karena tidak hanya pakaian yang ditawarkan tetapi juga beragam produk lainnya. Sebagian besar pakaian bekas yang dijual *thrifting* masih dalam kondisi yang baik, bermerk, memiliki variasi model. Dalam kegiatan thrift setiap barang umumnya unik. Aktivitas thrift dimana orang mencari barang-barang bekas umumnya thrift dapat dilakukan secara online maupun berbagai platform internet atau dengan berkunjung langsung. “kualitas dari sebuah produk memberikan alasan penting dalam menentukan ketika seseorang membeli produk atau layanan dari sebuah perusahaan sebagai konsumen, mereka akan mengevaluasi kualitas produk dan memilih produk mana yang akan dibeli dari berbagai pilihan produk yang tersedia” (Harjadi & Arraniri, 2021:11).



Gambar 1.2 Data Penjualan *Onebillion\_Store.Id*

Sumber : Data Internal Perusahaan (2024)

Dapat diketahui pada gambar di atas adanya penurunan dari penjualan *Onebillion\_Store.Id*. Menurunnya penjualan ini menunjukkan rendahnya keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen, sehingga penjualan *Onebillion\_Store.Id* mengalami penurunan. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, produk yang dijual harus mengikuti standar kualitas yang tinggi. Kualitas menjadi pertimbangan utama bagi konsumen sebelum mereka memilih untuk beli produk sebagai pengguna, konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk sambil memilih satu dari berbagai opsi, apabila kualitas pada suatu produk baik maka konsumen pun akan membeli bahkan selalu menggunakannya. Begitu pula sebaliknya jika kualitas yang tertanam di benak konsumen buruk maka konsumen tidak akan merasa puas

sehingga akan mempengaruhi minat untuk membeli produk tersebut karena tidak sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam situasi di mana terdapat banyak pesaing, pelanggan memiliki beragam kebebasan untuk memilih produk yang cocok dengan preferensi mereka. Jika kualitas produk tidak memenuhi ekspektasi konsumen, hal ini dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka. Banyaknya ketidakpuasan konsumen setelah pembelian disebabkan oleh perbedaan antara kualitas yang dijanjikan dalam iklan dengan kualitas yang diterima oleh konsumen setelah menggunakan produk tersebut. Perusahaan cenderung menggambarkan kualitas produk mereka dengan sangat positif dalam iklan.

Berdasarkan studi awal yang dilakukan penulis dengan melakukan observasi terdapat fenomena permasalahan yang berhubungan dengan rendahnya keputusan pembelian mencakup berbagai faktor. Salah satu permasalahan utama adalah larangan impor pakaian bekas, yang memengaruhi ketersediaan dan pilihan konsumen. Selain itu, pakaian bekas seringkali membawa ancaman kesehatan karena adanya bakteri dan jamur yang dapat menyebabkan berbagai masalah kesehatan. Kualitas pakaian bekas juga sering dipertanyakan, dengan banyak kasus ditemukan pakaian yang memiliki noda yang susah hilang dan kerusakan seperti robekan yang tetap dijual. Masalah-masalah ini tidak hanya mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk, tetapi juga mengurangi minat mereka untuk membeli, yang pada akhirnya menurunkan keputusan pembelian secara keseluruhan.

Dari uraian latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Impor *Second* Pada *Onebillion\_Stiore.Id* Di Kota Bandung”**



## 1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, masalah yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana kualitas produk pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*?
2. Bagaimana keputusan pembelian pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kualitas produk pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*.
2. Mengetahui keputusan pembelian pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*.
3. Mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian impor *second* pada *Onebillion\_Store.Id*.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan merujuk pada tujuan penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Hal ini diharapkan bahwa dengan memberikan informasi baru dan pemahaman di bidang administrasi bisnis, khususnya dalam bidang pemasaran, temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi secara teoritis. Hal ini diharapkan bahwa peneliti selanjutnya akan menggunakannya sebagai referensi.

## 2. Kegunaan Praktis

Hal ini diharapkan bahwa dengan memberikan hasil penelitian ini bisa bermanfaat secara praktis dalam meningkatkan penjualan secara efektif. Temuan dari penelitian ini diharapkan bahwa peneliti selanjutnya menggunakan sebagai referensi untuk mempertimbangkan dan mengimplementasikan perbaikan saat ini atau yang akan datang.

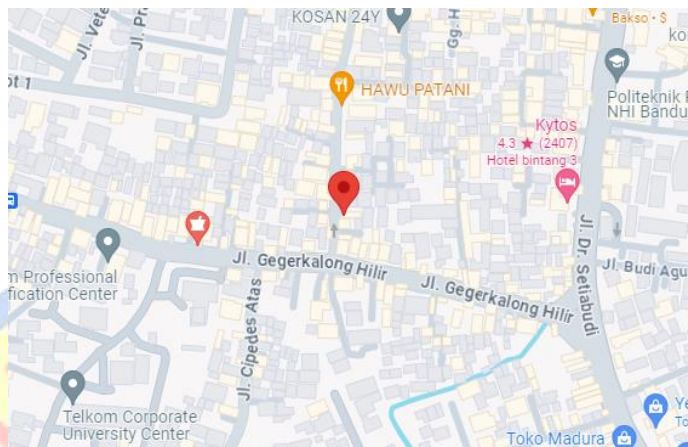
### 1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Adapun sistematika penulisan pada penelitian ini sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
- BAB II TINJAUAN PUSTAKA terdiri dari kajian teoretis, kajian/penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.
- BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis penelitian, teknik pengumpulan data, ruang lingkup penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, hasil pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.
- BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri dari objek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian Dan pembahasan hasil penelitian.
- BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

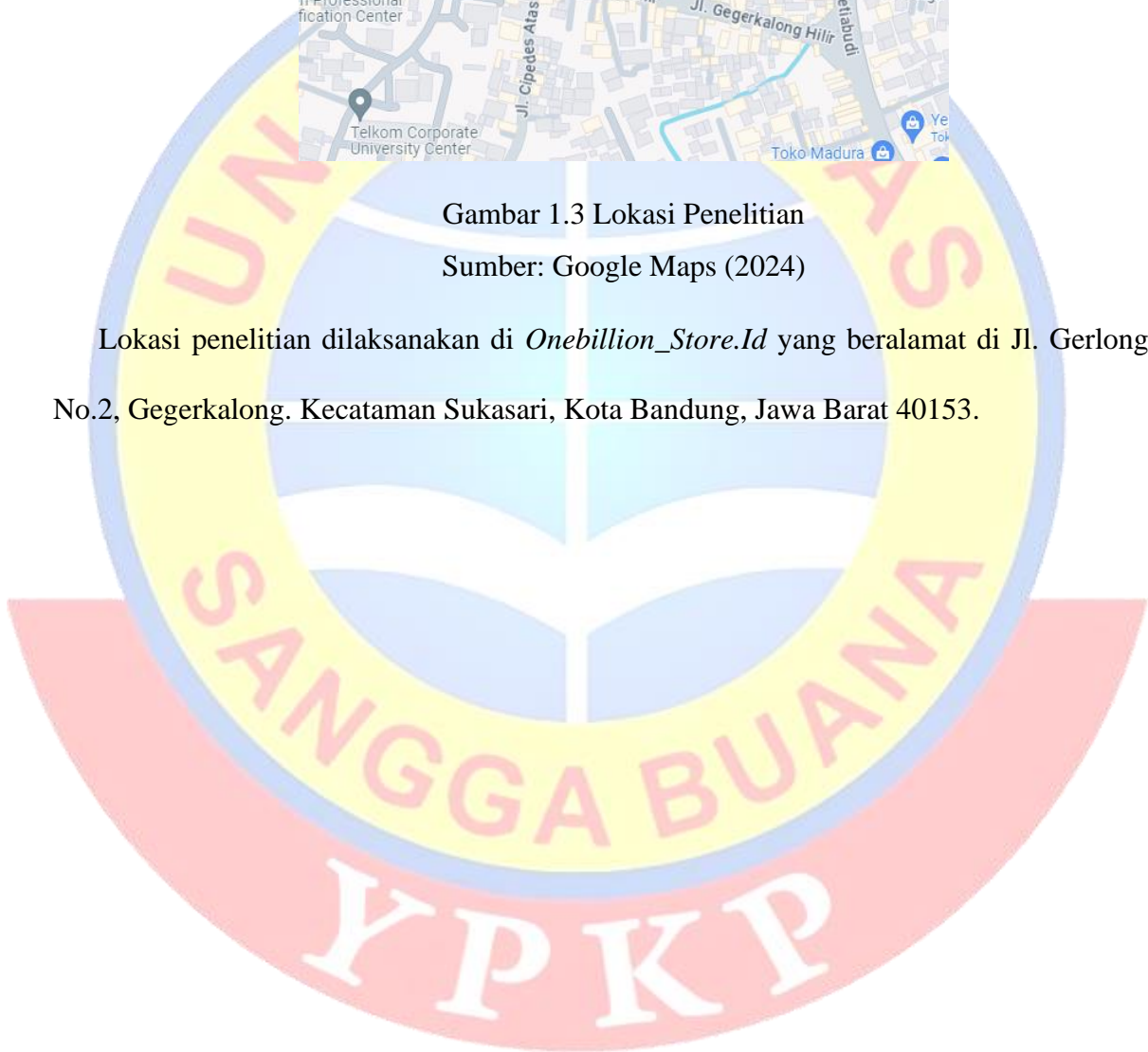
### 1. Lokasi Penelitian



Gambar 1.3 Lokasi Penelitian

Sumber: Google Maps (2024)

Lokasi penelitian dilaksanakan di *Onebillion\_Store.Id* yang beralamat di Jl. Gerlong No.2, Gegerkalong. Kecataman Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40153.



## 2. Waktu Penelitian

**Tabel 1.1**  
**Waktu Penelitian**

No	Uraian	Bulan							
		Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei
1	Penentuan Fenomena								
2	Pengajuan Judul								
3	Bimbingan UP								
4	Penyusunan UP								
5	Seminar UP								
6	Bimbingan Skripsi								
7	Pengumpulan Data								
8	Pelaksanaan Penelitian								
9	Penyusunan Skripsi								
10	Revisi Skripsi								
11	Sidang Skripsi								

Sumber : diolah oleh peneliti (2024)