

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Industri fashion saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, ditandai dengan meningkatnya persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha dalam menciptakan serta memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam. Masyarakat kini menjadi lebih selektif, cerdas, dan kritis dalam menentukan pilihan, dalam kondisi ini, pelaku industri dituntut untuk terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan zaman agar tetap relevan dan mampu memenuhi ekspektasi pasar.

Perusahaan fashion tidak lagi cukup hanya menawarkan produk standar, melainkan harus mampu menciptakan nilai tambah yang unik pada setiap produknya menjadi strategi utama untuk menarik perhatian konsumen di tengah persaingan yang kompetitif. Hal ini penting dilakukan agar produk tidak hanya fungsional, tetapi juga memiliki nilai estetika yang kuat dan mampu merepresentasikan identitas serta gaya hidup konsumen modern.

Kabupaten Bandung merupakan salah satunya yang menghadapi tantangan serupa. Sebagai wilayah yang perkembangan fashion nya pesat konsumen di wilayah ini semakin mempertimbangkan aspek nilai guna dan estetika sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu, kemampuan toko dalam memahami selera pasar, merespons tren global, serta menyeimbangkan antara kualitas dan harga, menjadi kunci utama untuk mempertahankan eksistensi dan

meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Kabupaten Bandung dapat terus berkembang dan menjadi pilihan utama bagi masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan fashion mereka.

Rancamanyar merupakan salah satu desa yang terletak di wilayah Kecamatan Baleendah, Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat. Wilayah ini dikenal sebagai daerah pemukiman padat yang terus mengalami perkembangan, baik dari segi infrastruktur maupun aktivitas ekonomi masyarakatnya. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung (2023), Desa Rancamanyar memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi dan termasuk dalam wilayah strategis karena berada dekat dengan pusat kota Kabupaten Bandung dan akses menuju Kota Bandung.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, Rancamanyar juga menunjukkan peningkatan dalam aktivitas usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk sektor perdagangan seperti toko pakaian, kuliner, dan berbagai jasa. Munculnya berbagai toko pakaian lokal menjadi indikator bahwa daya beli masyarakat terhadap produk fashion juga meningkat. Salah satu toko pakaian yang berkembang di kawasan ini adalah Hipster Supply, yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Jenis produk yang dijual Toko Baju Hipster Supply:

Tabel 1.1
Produk Hipster Supply

No	Jenis Produk	Jumlah Unit	Harga
1.	Pakaian Distro Anak Kids Karakter	320	30.999
2.	Pakaian Distro Anak Junior Karakter	245	39.999
3.	Pakaian Dewasa	280	59.999

Sumber: Hipster Supply

Berdasarkan tabel 1.1 toko baju Hipster menawarkan berbagai produk fashion dengan gaya kasual dan streetwear yang menasar segmen anak muda. Namun, dalam era persaingan usaha yang semakin ketat, toko-toko pakaian seperti Hipster dituntut untuk mampu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat bersaing dan bertahan di pasar. Berikut perbandingan harga baju dengan 3 merek baju di wilayah Rancamanyar Kabupaten Bandung :

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Baju Hipster dengan 3 Merek Baju di wilayah Rancamanyar Kab. Bandung

No.	Merek Baju	Rata-rata Harga
1	Hipster Supply	Rp. 30.999 – Rp. 59.999
2	NINETYNINE	Rp. 26.600 – Rp. 39.000
3	SIXTEEN	Rp.28.400 – Rp. 51.500
4	RAFKIDS.CLOTH	Rp. 24.000 – Rp. 42.600

Sumber : Survei awal penelitian

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga baju yang ditawarkan toko Hipster di wilayah Rancamanyar, Kabupaten Bandung, belum mampu menempatkan diri sebagai pilihan paling ekonomis di benak konsumen. Kondisi ini menandakan bahwa daya saing yang dimiliki oleh toko-toko baju di wilayah tersebut masih relatif lemah jika dibandingkan dengan kompetitor di daerah lain. Konsumen juga akan memperhatikan apakah harga yang ditetapkan sebanding dengan manfaat atau nilai yang mereka peroleh sebelum membuat keputusan pembelian.

Berikut adalah data penjualan selama satu tahun terakhir di toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung:

Tabel 1.3
Data Penjualan Toko Baju Hipster Supply Rancamanyar Kab. Bandung

Bulan	2025	Kenaikan/Penurunan
Januari	Rp.4.237.297	-
Februari	Rp.3.109.854	Rp. -1.127.443
Maret	Rp.3.523.081	Rp. 413.227
April	Rp.2.735.264	Rp. -787.817
Mei	Rp.2.103.450	Rp. -631.814
Juni	Rp.1.606.285	Rp. -497.165

Sumber : Data Hipster (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 1.3 maka dapat dilihat bahwa pada bulan Januari hingga Juni 2025 menunjukkan adanya penjualan baju pada toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung mengalami fluktuasi tiap bulannya terjadi penurunan penjualan baju Hipster bulan Januari ke bulan Februari 2025 sebesar Rp. 1.127.443. lalu pada bulan Maret ke bulan April sebesar Rp. 787.817. pada bulan April ke bulan Mei sebesar Rp. 631.814 dan pada bulan Mei ke bulan Juni sebesar Rp. 497.165.

Keputusan pembelian memiliki peranan yang sangat penting karena dapat meningkatkan keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan produk yang dipasarkan, pengertian ini sesuai menurut (Nasir & Hadi 2023:105) keputusan pembelian sangat penting bagi perusahaan karena dapat menentukan keberlanjutan usaha. Oleh karena itu perusahaan harus menentukan strategi yang tepat dalam mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan ini dapat dipengaruhi oleh dorongan dalam diri konsumen maupun faktor lain seperti pendapat orang lain. Pada akhirnya, tindakan membeli atau tidak membeli merupakan wujud nyata dari perilaku konsumen berdasarkan berbagai pertimbangan pribadi yang spesifik. Dalam toko baju Hipster, persaingan fashion sangat mempengaruhi penjualan.

Untuk mengetahui penyebab terjadinya kenaikan dan penurunan ini peneliti melakukan pra survey pernyataan keputusan pembelian terhadap toko baju Hipster.

Tabel 1.4
Penilaian Pra-Survei Keputusan Pembelian Baju Hipster

No.	Pertanyaan	Jawaban				Total Responden
		Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1.	Produk baju di Toko Hipster sesuai dengan kebutuhan saya.	12	40,00%	18	60,00%	30
2.	Saya membeli merek Hipster yang menjadi pertimbangan utama dalam membeli pakaian.	7	23,33%	23	76,67%	30
3.	Saya memilih membeli baju di Hipster karena tempatnya mudah dijangkau.	13	43,33%	17	56,67%	30
4.	Saya membeli baju Hipster pada saat yang saya anggap tepat, misalnya setelah menabung atau saat ada uang lebih.	12	40,00%	18	60,00%	30
5.	Saya biasanya membeli lebih dari satu baju sekaligus di Toko Hipster Supply	10	33,33%	20	66,67%	30
6.	Saya membeli baju di toko Hipster karena cara pembayarannya mudah	11	36,67%	19	63,33%	30
Rata-rata			36,11%		63,89%	

Sumber : Data Diolah, 2025

Tabel 1.4 diatas adalah hasil pra survey keputusan pembelian kepada pelanggan toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung, dimana penilaian secara keseluruhan atas pernyataan konsumen toko baju Hipster didapat jawaban responden menyatakan setuju 36,11% dan tidak setuju 63,89%, ini diakibatkan karena konsumen tidak terlalu tertarik dengan desain produk yang ditawarkan, sehingga mereka tidak menjadikan toko Hipster sebagai pilihan utama dalam membeli pakaian. Penilaian terendah berada pada tanggapan pernyataan “Saya membeli merek Hipster yang menjadi pertimbangan utama saya dalam membeli pakaian.” dengan persentase tidak setuju sebanyak 76,67% dan persentase setuju sebanyak 23,33%. Responden yang tidak setuju terhadap pernyataan tersebut, mungkin karena konsumen memiliki banyak pertimbangan bahwa produk baju ditoko Hipster bukan pilihan konsumen ketika berbelanja baju. Merek merupakan fungsi penting yang utama adalah sebagai daya pembeda dari suatu produk dan/atau jasa. Dalam kerumunan produk dan jasa serupa, merek yang kuat dapat membantu produk menonjol. Hal ini membantu konsumen untuk dengan mudah mengenali dan membedakan produk yang kita tawarkan dibanding dengan pesaing.

Menurut Dimas et al. dalam (Maulana 2021:513) harga merupakan variabel yang penting dalam menjual suatu produk, dimana harga dikatakan mampu mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa. Mahal atau murahnya suatu produk sangat relatif sifatnya, untuk membandingkan suatu produk maka diperlukan perbandingan dengan harga produk atau jasa yang serupa dari perusahaan lain. Harga memiliki peran penting dalam keputusan pembelian karena mencerminkan nilai tukar dari barang yang

ditawarkan. Konsumen cenderung membandingkan harga dengan manfaat yang mereka peroleh, sehingga penetapan harga yang tepat dapat menjadi strategi efektif dalam menarik minat beli.

Sebagian konsumen berpendapat bahwa harga produk yang ditawarkan oleh toko Hipster lebih tinggi dibandingkan dengan merek sejenis di pasaran. Beberapa dari mereka menilai bahwa harga tersebut kurang kompetitif dan belum sepenuhnya mencerminkan kualitas produk yang diberikan. Persepsi ini secara tidak langsung memengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen merasa bahwa nilai yang mereka peroleh tidak sepadan dengan biaya yang harus dikeluarkan.

Berikut hasil pra survey harga yang dilakukan kepada konsumen toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung sebanyak 30 responden.

Tabel 1.5
Penilaian Pra-Survey Harga Baju Hipster

No.	Pertanyaan	Jawaban				Total Responden
		Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1.	Harga produk baju yang ditawarkan toko Hipster terjangkau bagi saya	10	33,33%	20	66,67%	30
2.	Harga produk baju di toko Hipster sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	12	40,00%	18	60,00%	30
3.	Harga produk baju di toko Hipster sesuai dengan manfaat yang didapatkan	13	43,33%	17	56,67%	30
4.	Harga produk baju di toko Hipster lebih terjangkau dibanding toko lain	11	36,67%	19	63,33%	30
Rata-rata			38,33%		61,66%	

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 1.5 diatas adalah hasil pra-survey kepada pelanggan toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung, dimana penilaian secara keseluruhan atas pernyataan konsumen toko baju Hipster didapat jawaban responden menyatakan setuju 38,33% dan tidak setuju 61,66%, tanggapan terendah ada pada pertanyaan “Harga produk baju yang ditawarkan toko Hipster terjangkau bagi saya” dengan persentase tidak setuju sebanyak 66,67% dan persentase setuju sebanyak 33,33%. Responden yang memilih tidak setuju terhadap pernyataan tersebut. Mungkin karena baju di toko Hipster tergolong mahal dan konsumen akan kembali membandingkannya dengan merek baju lain yang ada diwilayah ini, sehingga keputusan pembelian dapat menjadi rendah. Menurut (Suranjaya & Sienatra 2020:177) penetapan harga sebuah produk dengan tepat penting bagi perusahaan, karna harga merupakan pertimbangan utama dari konsumen sebelum membeli sebuah produk. Jika perusahaan tidak sepadan dengan kualitas dan manfaat yang diterima maka perusahaan akan berpotensi kehilangan konsumennya.

Di sisi lain, selain harga kualitas produk menjadi pertimbangan lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas produk sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian karena dapat meningkatkan daya saing, semakin banyak pesaing maka semakin banyak juga konsumen yang akan memiliki pilihan produk yang akan digunakan (Mukuan dalam Tamara et al. 2024:277). Kualitas produk mencakup daya tahan, bahan, desain, dan kenyamanan, yang memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, dalam industri pakaian kualitas sangat penting karena konsumen menginginkan baju yang menarik, nyaman, dan tahan lama.

Beberapa konsumen menyatakan bahwa Beberapa konsumen menyatakan bahwa kualitas produk yang mereka terima belum sepadan dengan harga yang dibayarkan, baik dari segi kenyamanan bahan, kerapihan jahitan, maupun daya tahan produk setelah digunakan. Berdasarkan hal tersebut peneliti melakukan pra survey mengenai pernyataan kualitas produk terhadap toko baju Hipster.

Tabel 1.6
Penilaian Pra-Survey Kualitas Produk di Toko Baju Hipster

No.	Pertanyaan	Jawaban				Total Responden
		Setuju		Tidak Setuju		
		F	%	F	%	
1.	Produk baju di toko Hipster nyaman saat dipakai .	11	36,67%	19	63,33%	30
2.	Baju di Toko Hipster memiliki tampilan yang menarik dan khas .	10	33,33%	20	66,67%	30
3.	Kualitas baju di Toko Hipster sesuai dengan deskripsi produk yang diberikan .	8	40,00%	22	73,33%	30
4.	Produk baju di Toko Hipster tidak mudah rusak saat digunakan	7	23,33%	23	76,67%	30
5.	Produk baju di toko hipster memiliki bahan yang kuat dan tahan lama .	8	26,67%	22	73,33%	30
6.	Produk baju di toko Hipster memiliki desain yang menarik dan modern.	14	46,67%	16	53,33%	30
7.	Produk baju di toko Hipster dinilai berkualitas oleh konsumen.	12	40,00%	18	60,00%	30
8.	Produk baju di Toko Hipster mudah diperbaiki jika mengalami kerusakan	10	33,33%	20	66,67%	30
Rata-rata			35,00%		66,67%	

Sumber : Data diolah, 2025

Tabel 1.6 diatas merupakan penilaian hasil pra survey kepada konsumen toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung, dimana penilaian keseluruhan atas pernyataan konsumen toko baju Hipster didapat jawaban responden menyatakan

setuju dengan persentase 35,00% dan tidak setuju dengan persentase 66,67%. Penilaian terendah berada pada tanggapan pernyataan “Produk baju di Toko Hipster tidak mudah rusak saat digunakan” dengan persentase tidak setuju sebanyak 76,67% dan persentase setuju sebanyak 23,33%. Responden yang memilih tidak setuju terhadap pernyataan tersebut, mungkin karena kualitas produk di toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung belum memenuhi harapan konsumen, hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian ditoko baju Hipster oleh karena itu toko baju Hipster harus mempertimbangkan kembali kualitas produk agar konsumen tidak kembali mengeluhkan masalah yang dialami konsumen. Kualitas produk setelah pemakaian sangat penting dalam perusahaan fashion karena berdampak langsung pada kepuasan dan reputasi perusahaan.

Berikut beberapa keluhan konsumen terhadap kualitas produk di toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung.

Tabel 1.7
Keluhan konsumen terhadap kualitas produk ditoko baju Hipster Rancamanyar Kab.Bandung

No.	Keluhan
1	Bahan yang tipis
2	Jahitan kurang rapih
3	Daya tahan baju kurang kuat

Sumber : survei awal, 2025

Berdasarkan data pada Tabel 1.7 mengenai keluhan konsumen terhadap kualitas produk di Toko Baju Hipster menunjukkan bahwa terdapat beberapa aspek kualitas produk yang belum sepenuhnya memenuhi harapan konsumen. Keluhan utama yang muncul mencakup ukuran baju yang terlalu kecil, bahan yang dinilai terlalu tipis, daya tahan sablon yang kurang kuat, serta pilihan warna dan ukuran

yang tidak lengkap. Permasalahan ini menunjukkan bahwa konsumen mengharapkan produk yang tidak hanya menarik dari segi desain, tetapi juga unggul dari sisi kenyamanan, ketahanan, dan variasi pilihan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk menjadi langkah strategis yang penting untuk memperbaiki persepsi konsumen dan meningkatkan daya saing.

Melalui latar belakang yang telah dijelaskan, ditemukan beberapa masalah pada toko baju Hipster di Rancamanyar, Kabupaten Bandung. Karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ditoko Baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah di paparkan diatas, maka masalah yang dapat di identifikasi yaitu :

1. Penjualan mengalami fluktuasi penurunan selama periode Januari – Juni 2025
2. Harga produk ditoko baju Hipster tergolong mahal.
3. Harga produk baju Hipster tidak sesuai dengan kualitas produk.
4. Sebanyak 76,67% responden menyatakan toko baju Hipster bukan menjadi pilihan utama konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah peneliti memberikan pembatasan masalah agar pembahasan dapat mencapai sasaran yang diharapkan. Pembatasan pada penelitian ini adalah :

1. Objek (variabel) yang diteliti :
 - a. Variabel Independen : Harga (X1), Kualitas Produk (X2)
 - b. Variabel Dependen : Keputusan Pembelian (Y)
2. Unit Analisis (Subjek Penelitian) adalah konsumen toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung.
3. Lokasi Penelitian dalam penelitian ini adalah di toko baju Hipster Rancamanyar Kab. Bandung
4. Waktu Penelitian dimulai pada bulan Februari 2025 dan selesai pada bulan Juni 2025, bertempat di Toko Baju Hipster, Rancamanyar, Kabupaten Bandung.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah pada penelitian di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kondisi harga, kualitas produk dan keputusan pembelian pada toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung
2. Seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung

3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko baju Hispter Rancamanyar Kabupaten Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko baju Hispter Rancamanyar Kabupaten Bandung

1.5. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1. Maksud Penelitian

Untuk memperoleh informasi dan data tentang harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Juga sebagai salah satu syarat untuk menempuh ujian sidang akhir Manajemen S1 pada Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana YPKP Bandung.

1.5.2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, mengukur, dan mendeskripsikan :

1. Kondisi Harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian di toko baju Hispter Rancamanyar Kabupaten Bandung
2. Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko baju Hispter Rancamanyar Kabupaten Bandung
3. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung
4. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko baju Hipster Rancamanyar Kabupaten Bandung

1.6. Kegunaan Penelitian

1.6.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk peneliti selanjutnya untuk menambah referensi ilmiah mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, khususnya di bidang pemasaran.

1.6.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk mengembangkan pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, serta sebagai pengalaman dalam melakukan penelitian ilmiah di bidang pemasaran.

2. Bagi Akademik

Menjadi referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen, strategi pemasaran, atau topik sejenis di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Konsumen

Memberikan gambaran bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti harga dan kualitas produk, sehingga konsumen dapat lebih bijak dalam menentukan pilihan.

1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko Baju Hipster di Jl. Rancamanyar No.58, Rancamulya, Pameungpeuk, Kab. Bandung

1.7.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dari Februari 2025 – Juni 2025

Tabel 1.8
Waktu Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pengajuan judul							
2	Perizinan penelitian							
3	Penyusunan BAB I							
4	Penyusunan BAB II							
5	Penyusunan BAB III							
6	Sidang Usulan Penelitian							
7	Penyusunan BAB IV							
8	Penyusunan BAB V							
9	Sidang Akhir							