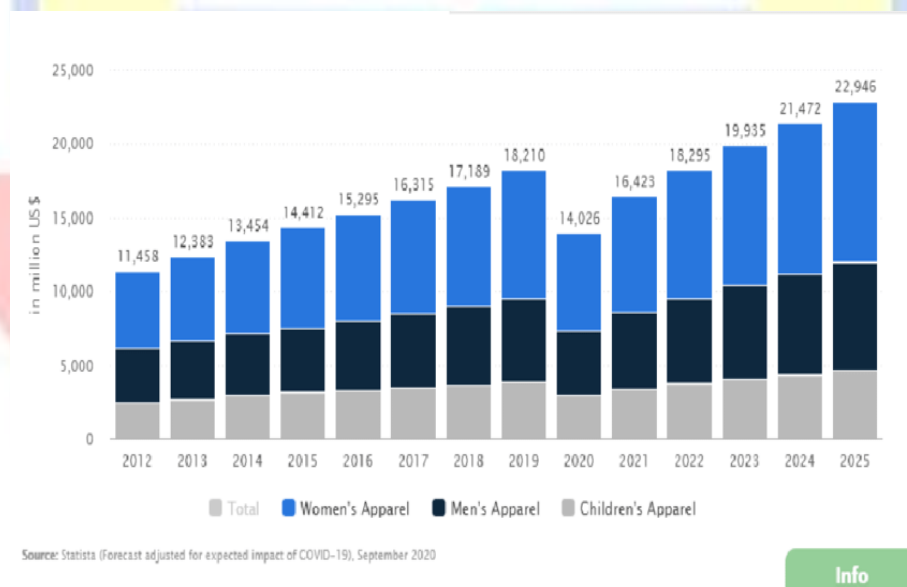


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis pakaian salah satu dari sekian banyaknya bidang usaha dengan perkembangan pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat. Pakaian bukan lagi menjadi sebuah kebutuhan fungsional untuk melindungi tubuh, tetapi sekarang pakaian dapat menjadi bagian dari hidup seseorang seperti mencerminkan identitas, status sosial dan kepribadian seseorang hal ini membuat bisnis pakaian di Indonesia memiliki prospek yang menjanjikan. Berikut ini adalah data pendapatan sektor pakaian di Indonesia dari tahun ke tahun menurut Statista:



Gambar 1. 1
Pendapatan pada sektor pakaian di Indonesia menurut Statista

Dengan menjamurnya industri pakaian di Indonesia, tingkat persaingan antar pelaku usaha menjadi semakin ketat. Fenomena ini diperkuat oleh meningkatnya minat masyarakat terhadap *fashion*, di mana konsumen semakin

memperhatikan penampilan serta tren yang sedang berkembang. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha, agar mampu menjaga kualitas produk sekaligus menghadirkan variasi produk yang menarik agar tetap dapat bersaing dan menjadi pilihan konsumen di tengah banyaknya alternatif yang tersedia di pasar. Selain itu faktor lingkungan juga membuat preferensi konsumen dalam memilih pakaian semakin kompleks contohnya seperti memiliki kecenderungan untuk meniru gaya berpakaian seorang *public figure* atau komunitas tertentu yang membuat konsumen semakin selektif dalam menentukan keputusan pembeliannya seperti memperhatikan kualitas produk ataupun variasi produk yang tersedia. Oleh karena itu sangat penting bagi para pelaku usaha untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen mereka.

Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, memahami perilaku konsumen menjadi hal yang sangat penting, terutama yang berkaitan dengan keputusan pembelian. keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen (Hulima et al., 2021). Keputusan pembelian bukan hanya sekadar aktivitas konsumen ketika membayar suatu produk, tetapi juga mencakup serangkaian proses, mulai dari memilih jenis produk hingga menilai kepuasan setelah pembelian dilakukan. Oleh karena itu, keputusan pembelian dapat dipandang sebagai hasil dari berbagai pertimbangan konsumen, baik sebelum maupun sesudah melakukan transaksi. Dalam praktiknya, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satunya adalah kualitas produk, yang seringkali menjadi pertimbangan utama dalam menilai kelayakan suatu barang. karena perubahan keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh

kualitas produk (Sumilat et al., 2022). kualitas produk menjadi salah satu faktor bagi konsumen sebelum membuat keputusan pembelian karena Produk yang memiliki kualitas yang bagus tentunya akan memiliki daya tarik lebih untuk konsumen membeli produk tersebut (Hulima et al., 2021). Konsumen cenderung memilih pakaian yang nyaman, tahan lama, serta memiliki bahan yang dianggap layak. Produk dengan kualitas yang baik memberikan rasa puas bagi konsumen karena mampu memenuhi harapan mereka. Sebaliknya, ketika kualitas produk tidak sesuai dengan ekspektasi, konsumen cenderung beralih ke pesaing. Maka, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk juga menjadi salah satu faktor penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembeliannya karena kualitas produk yang dimiliki setiap penjual berbeda maka konsumen akan memilih kualitas produk yang paling bagus diantara sekian banyaknya penjual produk serupa.

Selain kualitas produk, faktor lain yang berpengaruh signifikan adalah variasi produk. Konsumen pada era modern cenderung mencari pilihan yang beragam agar dapat menyesuaikan produk dengan kebutuhan, gaya hidup, dan preferensi pribadi. Karena semakin banyak Variasi Produk maka keputusan pembelian akan semakin meningkat (Goni et al., 2022). Dengan kata lain bahwa semakin banyak variasi produk yang ditawarkan pada konsumen, maka akan semakin meningkat untuk melakukan pembelian (Kojongian et al., 2022).

Berdasarkan kutipan tersebut, dapat disimpulkan bahwa variasi produk berfungsi untuk memberikan pilihan kepada konsumen yang memiliki preferensi khusus dalam menentukan keputusan pembeliannya contohnya seperti konsumen yang hanya menyukai warna tertentu saja.

Salah satu pelaku usaha yang menekuni bidang pakaian ini salah satunya adalah *Reynd Clothing* yang berlokasi di Jl Tanjung Sari 7 No.8 Antapani Wetan 40291. *Reynd Clothing* menjual beberapa produk pakaian *non branded* seperti piyama, baju, dan celana dengan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan. *Reynd Clothing* sudah menjalankan usahanya selama kurang lebih lima tahun lamanya dimulai sejak pertengahan tahun 2020. Namun, karena pandemi yang sempat terjadi ditambah dengan berubahnya gaya hidup masyarakat, membuat operasional *Reynd Clothing* mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu.

Berikut ini adalah Tabel jumlah kuantitas penjualan *Reynd Clothing* pada tahun 2024

Tabel 1. 1
Kuantitas penjualan *Reynd Clothing* Periode 2024

No	Bulan	Penjualan (pcs)	Naik/Turun (%)
1	Januari	95	-
2	Februari	82	- 13,7%
3	Maret	99	+ 20.7%
4	April	131	+ 32,3%
5	Mei	93	- 29%
6	Juni	81	- 12.9%
7	Juli	97	+ 19,8 %
8	Agustus	104	+ 7,2 %
9	September	82	- 21,2 %
10	Oktober	91	+ 11%
11	November	66	- 27,5 %
12	Desember	53	- 19,7 %
Total Penjualan		1074	

Sumber: Hasil Observasi Peneliti

Berdasarkan tabel 1.1 yang ditampilkan diatas, terdapat fluktuasi pada kuantitas penjualan yang lebih cenderung ke arah penurunan serta total penjualan yang didapat *Reynd Clothing* pada tahun 2024 menunjukkan jumlah yang tidak mencapai target penjualan tahunan *Reynd Clothing* yaitu sebanyak 1200 per tahun.

Hal ini disebabkan oleh tidak terpenuhinya ekspektasi konsumen yang menyebabkan rendahnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk Reynd Clothing. Salah satu faktor yang memengaruhi kondisi tersebut adalah aspek kualitas produk, di mana konsumen menilai kenyamanan, bahan, serta ketahanan produk belum sepenuhnya sesuai harapan. Di sisi lain, keterbatasan variasi produk seperti model, warna, dan desain yang ditawarkan juga menjadi penyebab konsumen mudah beralih ke kompetitor yang menyediakan pilihan lebih beragam. Selain itu, penurunan tertinggi dalam penjualan tercatat sebesar 27,5% pada bulan November, yang dipengaruhi oleh kenaikan harga produk secara tiba-tiba. Kenaikan ini terjadi karena harga ball pakaian yang menjadi sumber utama bahan baku meningkat dari sekitar Rp3.500.000 menjadi sekitar Rp5.000.000. Kondisi tersebut menyebabkan harga jual produk ikut meningkat sehingga keputusan pembelian konsumen menjadi semakin kompleks karena beberapa dari konsumen mungkin berikir kalau kualitas produk dan variasi produk yang mereka dapat tak sepadan dengan yang mereka korbankan.

Berdasarkan hal yang sudah di uraikan, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan variasi produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen. untuk membuktikan hal terebut, penulis melakukan pra survei penelitian yang dilakukan kepada 30 orang. Berikut ini adalah jawaban yang diberikan:

Tabel 1. 2
Hasil Pra-survei Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Saya membeli produk Reynd <i>Clothing</i> karena sesuai dengan kebutuhan saya saat ini	13	43,3%	17	56,7%

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
2	Saya membeli produk Reynd <i>Clothing</i> karena memiliki kualitas produk yang bagus	9	30%	21	70%
3	Saya membeli produk Reynd <i>Clothing</i> karena memiliki banyak variasi pada produknya	10	33,3%	20	66,7%
Rata Rata		35,5%		64,5%	

Sumber: Hasil diolah peneliti (2025)

Berdasarkan hasil pra survei pada Tabel 1.2 mengenai keputusan pembelian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen menyatakan tidak setuju dengan pertanyaan yang diberikan dengan persentase tertinggi 70% yaitu pertanyaan mengenai pembelian produk berdasarkan kualitasnya yang bagus. Hal ini membuktikan bahwa terjadinya masalah pada keputusan pembelian terhadap produk Reynd *Clothing*.

Beberapa masalah kualitas produk yang dihadapi oleh Reynd *Clothing* diantaranya adalah kualitas bahan dan ketahanan bahan. Berikut ini adalah jawaban yang diberikan para responden mengenai kualitas produk pada Reynd *Clothing*

Tabel 1. 3
Hasil Pra-survei Kualitas Produk

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Produk Reynd <i>Clothing</i> memiliki kualitas bahan yang bagus sehingga nyaman dipakai	8	26,7%	22	73,3%
2	Produk Reynd <i>Clothing</i> memiliki daya tahan yang kuat meskipun setelah beberapa kali dicuci	13	43,3%	17	56,7%
3	Produk Reynd <i>Clothing</i> memiliki desain yang menarik	13	43,3%	17	56,7%
Rata Rata		37,8%		62,2%	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3 Kualitas produk pada Reynd *Clothing* bisa dibilang tidak memuaskan yang membuat konsumen memiliki ekspektasi rendah terhadap kualitas produk Reynd *Clothing*. Sementara kualitas produk menjadi salah satu faktor penting karena Produk yang memiliki kualitas yang bagus tentunya memiliki daya tarik lebih untuk konsumen membeli produk tersebut (Hulima et al., 2021) hal ini sejalan dengan penelitian (Melpiana et al. 2022) Karena kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian

Beberapa masalah variasi produk yang dihadapi oleh Reynd *Clothing* diantaranya adalah kelegkapan jenis produk yang tersedia. Berikut ini adalah jawaban para responden mengenai variasi produk pada Reynd *Clothing*

Tabel 1. 4
Hasil Pra-survei Variasi Produk

No	Pertanyaan	Jawaban Responden			
		Ya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Reynd <i>Clothing</i> menawarkan cukup banyak jenis produk pakaian untuk memenuhi kebutuhan konsumen	7	23,3%	13	76,7%
2	Produk Reynd <i>Clothing</i> memiliki banyak warna yang bisa dipilih konsumen	12	40%	18	60%
3	Produk Reynd <i>Clothing</i> memiliki banyak ukuran yang bisa dipilih konsumen	13	43,3%	17	56,7%
Rata Rata		35,5%		64,5%	

Sumber: Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.4 diatas menunjukan bahwa kosnumen tidak puas dengan variasi produk yang terdapat pada Reynd *Clothing* khususnya pada jenis produk yang ditawarkan pada konsumen, Kondisi ini pada akhirnya mendorong sebagian konsumen untuk mencari alternatif lain yang mampu menyediakan variasi

produk lebih lengkap karena semakin banyak Variasi Produk maka keputusan pembelian akan semakin meningkat (Goni et al., 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian (Kojongian et al., 2022) yang menyebutkan bahwa variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan prasarvei yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa konsumen Reynd *Clothing* tidak puas dengan kualitas produk dan variasi produk yang ditawarkan, hal ini dapat dilihat dari tanggapan responden yang menilai bahwa kualitas produk, masih belum memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, variasi produk yang terbatas belum mampu menjangkau preferensi yang lebih luas. Kondisi ini pada akhirnya berdampak pada rendahnya keputusan pembelian konsumen. Temuan ini menunjukkan pentingnya kualitas produk dan variasi produk dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Karena kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Muthiah, 2024) namun, hasil berbeda ditunjukkan oleh (Fadhila et al, 2022) menyatakan kualitas produk dan variasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Adanya perbedaan temuan penelitian sebelumnya mengindikasikan masih terdapat *research gap* yang signifikan untuk diteliti kembali, terutama pada konteks Reynd *Clothing*, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas terkait peran kualitas produk dan variasi produk dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN VARIASI PRODUK TERDAHAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA REYND CLOTHING”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi pada Reynd *Clothing* yaitu sebagai berikut:

- 1) Terjadinya fluktuasi yang mengarah kepada penurunan penjualan pada Reynd *Clothing* tahun 2024 serta tidak terpenuhinya target penjualan tahunan yaitu 1200 pakaian
- 2) Tingkat persaingan bisnis yang ketat pada produk serupa menjadi salah satu faktor terjadinya penurunan penjualan.
- 3) Hasil pra survei memberikan bukti bahwa keputusan pembelian merupakan masalah yang dihadapi oleh Reynd *Clothing* karena beberapa faktor yaitu:
 - a. Kualitas produk yang kurang memuaskan contohnya seperti kualitas bahan dan daya tahan yang kurang kuat sehingga produk rusak setelah beberapa kali dicuci.
 - b. Variasi produk yang kurang beragam sehingga berpotensi kehilangan calon konsumen yang memiliki preferensi khusus terhadap suatu produk.
 - c. Keputusan Pembelian yang rendah karena berdasarkan hasil pra survei keputusan pembelian, konsumen menunjukan respon yang negatif terhadap keputusan pembelian yang berkaitan dengan produk Reynd *Clothing*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti menetapkan batasan pada masalah penelitian agar penelitian yang dilakukan berfokus pada titik yang ditentukan sehingga lebih mendalam. Batasan yang dibuat peneliti adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel independen pada penelitian ini peneliti yaitu kualitas produk dan variasi produk.
- 2) Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian.
- 3) unit analisis pada penelitian ini adalah *Reynd Clothing*.
- 4) Rentang waktu penelitian dilakukan dari bulan Juni sampai Desember 2025

1.4 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar identifikasi masalah yang ada pada *Reynd Clothing* yang telah diuraikan sebelumnya, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kondisi kualitas produk, variasi produk dan keputusan pembelian pada *Reynd Clothing*.
- 2) Seberapa besar pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Reynd Clothing*.
- 3) Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Reynd Clothing*.
- 4) Seberapa besar pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen *Reynd Clothing*.

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada *Reynd Clothing*. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis sebagai berikut:

- 1) kondisi kualitas produk, variasi produk dan Keputusan Pembelian pada *Reynd Clothing*.

- 2) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada *Reynd Clothing*.
- 3) Pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian pada *Reynd Clothing*.
- 4) Pengaruh kualitas produk dan variasi terhadap keputusan pembelian pada *Reynd Clothing*.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu kegunaan secara teoritis dan secara praktis.

1.6.1 Kegunaan Teoritis

Dengan dilakukannya penelitian ini penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Diharapkan penelitian ini berguna bagi semua pihak baik itu penulis, masyarakat umum ataupun peneliti berikutnya yang dapat menjadikan penelitian ini sebagai sumber informasi agar menjadi lebih baik lagi kedepannya.
- 2) Diharapkan penelitian ini dapat memberikan banyak informasi yang berguna terutama dalam bidang yang berhubungan dengan pemasaran.

1.6.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis penulis berharap penelitian ini berguna bagi banyak pihak terutama sebagai berikut:

1) Bagi Penulis

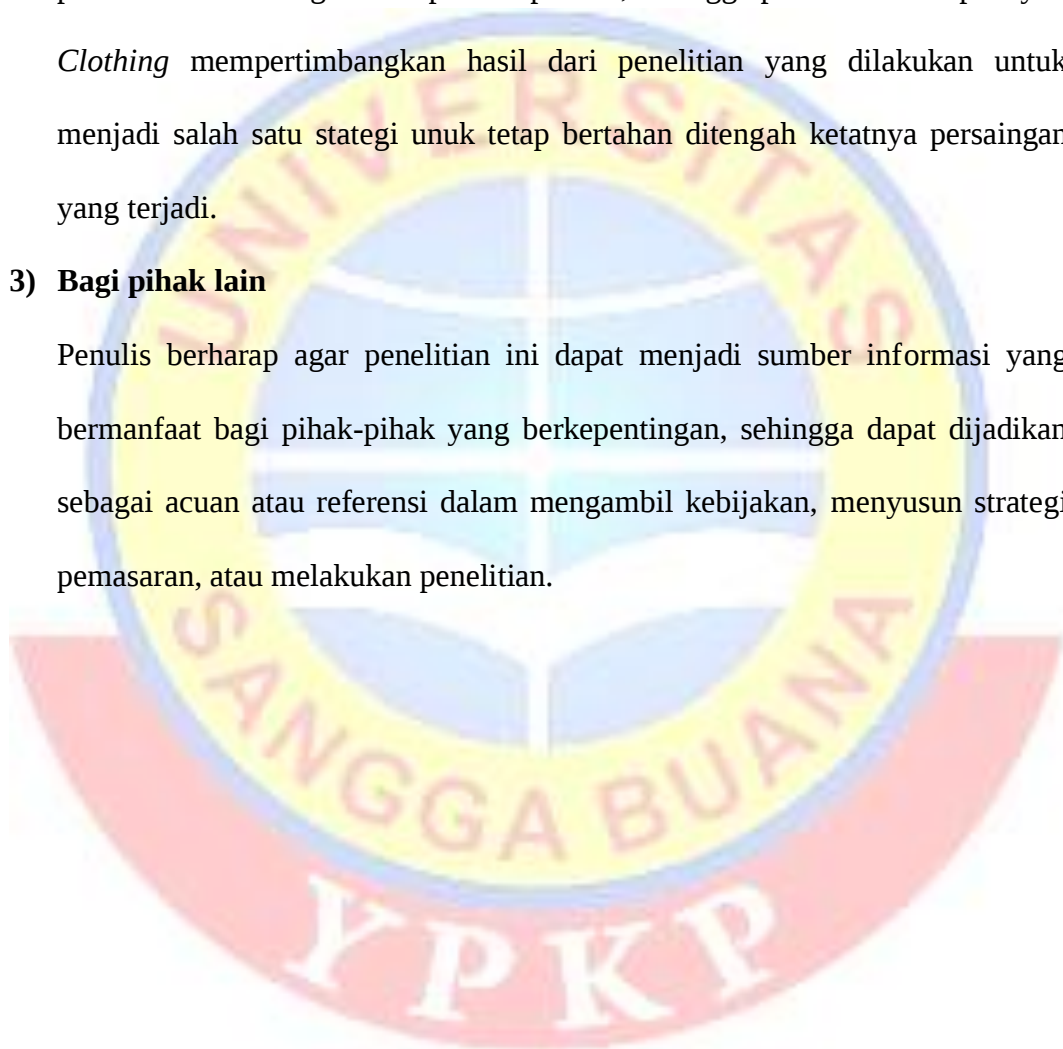
Penelitian ini menjadi sebuah pengalaman yang berharga bagi penulis serta penulis berharap penelitian ini menjadi ilmu yang bermanfaat sehingga dapat menambah wawasan serta dapat meningkatkan keterampilan berdasarkan masalah yang diteliti.

2) Bagi Reynd Clothing

Diharapkan penelitian yang dilakukan ini menjadi sebuah masukan yang bermanfaat bagi Reynd *Clothing* agar menjadi sebuah pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap keputusan pembelian seseorang terhadap suatu produk, sehingga penulis berharap Reynd *Clothing* mempertimbangkan hasil dari penelitian yang dilakukan untuk menjadi salah satu strategi untuk tetap bertahan ditengah ketatnya persaingan yang terjadi.

3) Bagi pihak lain

Penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, sehingga dapat dijadikan sebagai acuan atau referensi dalam mengambil kebijakan, menyusun strategi pemasaran, atau melakukan penelitian.



1.7 Tempat dan waktu penelitian

Penelitian dilakukan di *Reynd Clothing* di di Jl. Tanjung Sari 7 No.8 Antapani Wetan 40291 Kota Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 6 bulan. Dimulai dari bulan Juni sampai dengan Desember 2025.

Berikut merupakan tabel waktu penelitian:

Tabel 1. 5
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Kegiatan									
		JUN	JUL	AGS	SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	
1	Pengajuan Judul										
2	Penyusunan BAB I										
3	Penyusunan BAB II										
4	Penyusunan BAB III										
5	Sidang UP										
6	Pengolahan Data										
7	Penyusunan BAB IV dan BAB V										
8	Abstrak dan Lampiran										
9	Sidang Akhir										