

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Saat ini, teknologi dan informasi berkembang sangat cepat dan semakin canggih. Kondisi seperti itu membawa konsekuensi bagi manusia yang memanfaatkannya, yaitu derasnya arus informasi yang diterima disetiap saat. Termasuk berbagai informasi dan perkembangan budaya dari luar yang masuk ke Indonesia dan mempengaruhi pola hidup masyarakat sehari-hari. Salah satu produk budaya yang paling banyak dipengaruhi adalah dalam dunia *fashion*. Dimana pada saat ini *fashion* yang digunakan oleh masyarakat juga dipengaruhi oleh budaya *fashion* dari luar. Mulai dari ujung kaki hingga ujung kepala, cara berpakaian masyarakat Indonesia tidak akan lagi hanya murni dari budaya lokal, tetap juga dari budaya luar.

Saat ini pakaian bukan hanya berfungsi sebagai pelindung dan menutupi tubuh, namun juga sebagai cerminan kepribadian, gaya hidup dan kelas sosial. Salah satu usaha yang bergerak di bidang *fashion* adalah distro dan clothing company. Distro adalah singkatan dari distribution outlet atau distribution store yang menjual berbagai macam merek baju local yang belum mempunyai toko sendiri. Sedangkan clothing company adalah produsen yg menjual produk mereka dengan label mereka sendiri. Sebuah clothing store dapat menjual produk mereka di toko sendiri maupun menitipkannya ke sebuah distro.

Perkembangan fashion yang sangat pesat di sertai dengan teknologi informasi yang tinggi ini membuat berbagai clothing store dan distro bertumbuh dengan pesat pula. Mereka berupaya memaksimalkan strategi dan memberikan kualitas yang terbaik untuk menarik hati konsumen dan memberikan kepuasan konsumen. Salah satu clothing company adalah toko Buti. Produk buti adalah toko pakaian yang tersebar di hampir seluruh mall yang ada di Indonesia. Produk buti sangat familiar bagi pecinta fashion terutama wanita. Buti merupakan toko pakaian yang menawarkan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau.

Konsumen saat ini sangat memperhatikan perkembangan *fashion* yang sedang populer saat ini. *Fashion* yang mereka pakai setiap harinya harus selalu diperhatikan. Hal ini karena apa yang mereka pakai setiap harinya mencerminkan diri dan status sosial mereka. Mulai dari ujung kepala hingga ujung kaki. Konsumen menggunakan produk bermerek nasional hingga yang bermerek internasional berusaha mereka dapatkan untuk mendapatkan kepercayaan diri dan kenyamanan. Merek bukan hanya sekedar simbol, gambar atau tanda yang tak berarti. Merek merupakan identitas sebuah produk yang dapat dijadikan sebagai alat apakah produk itu. baik dan berkualitas. Konsumen melihat sebuah merek sebagai bagian yang penting dalam sebuah nilai tambah dalam produk tersebut (Kotler, 2011:349).

Hal inilah yang mendorong konsumen sangat selektif dalam pemilihan merek . Citra merek (*brand image*) di definisikan sebagai suatu kesan yang di miliki oleh pelanggan maupun publik terhadap suatu merek sebagai suatu refleksi atas evaluasi merek yang bersangkutan (dalam Sitinjak, 2006 :38). Jika para konsumen merasakan citra merek yang bagus, maka akan mendorong mereka melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk dengan merek tertentu,

meningkatkan pembelian bahkan menimbulkan keinginan untuk merekomendasikan merek tersebut dan juga menceritakan hal yang baik mengenai merek tersebut terhadap orang lain.

Berdasarkan Penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa citra merek adalah kesan merek yang diberikan oleh perusahaan mengenai gambaran suatu produk dengan membangun karakter produk yang berbeda dengan produk pesaing, agar produk tersebut dapat menarik minat konsumen untuk membeli serta dapat memberikan citra yang positif di benak konsumen. Dalam membuat suatu karakter produk yang menarik minat konsumen untuk membeli, perusahaan perlu memperhatikan segi dari kualitas produk serta memberikan desain produk yang menarik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan memberikan harga yang baik agar persepsi harga atas produk menjadi positif. Hal ini akan memberikan citra mereka yang positif dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selain citra merek desain produk juga berpengaruh dalam keputusan pembelian. Desain produk sendiri menurut Kotler dan Keller (2012:215) desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Desain menawarkan tiga hal: Fungsi , estetika dan daya tarik .

Menurut Kotler dan Keller mengatakan bahwa desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan Desain Produk adalah Fitur yang terdapat dalam suatu produk yang membedakan produk tersebut dari

produk pesaing. Oleh sebab itu, produk yang dihasilkannya tidak hanya terfokus pada tampak luarnya saja namun kenyamanan saat memakai produk dan kualitas produknya juga selalu diperhatikan. Hal inilah yang membuat produk BUTI selalu diminati oleh para konsumennya.

Kualitas Produk adalah bagaimana karakteristik dari suatu produk dapat memuaskan kebutuhan konsumen atau dengan kata lain produk tersebut memberikan manfaat sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini akan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut serta memberikan citra yang baik bagi perusahaan bahwa perusahaan berkualitas dapat memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Konsumen pada produk Buti” (study kasus pada Matahari Sunrise Mall Mojokerto).

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?
2. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Konsumen pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?

2. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?
3. Untuk mengetahui Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Produk Buti Di Sunrise Mall Mojokerto?

#### **D. Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian diharapkan dapat memberi manfaat bagi semua pihak yang membacanya, maupun pihak yang terkait secara langsung di dalamnya. Adapun manfaat penelitian ini ialah sebagai berikut :

a. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pengetahuan yang lebih luas tentang perilaku konsumen dan sistem yang terdapat dalam manajemen pemasaran.

b. Bagi teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menunjang perkembangan ilmu pengetahuan terutama dalam perkembangan teori pemasaran, khususnya tentang pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen.

