

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Peningkatan sudut pandang terkait kesan pembeli Indonesia terkait model dan pendekatan berbusana membuat pertumbuhan permintaan dan tingginya peminatan pakaian dan perhiasan mewujudkan suatu percepatan. Kehadiran kebutuhan daerah dan keadaan alam yang menggabungkan banyak elemen, seperti cara hidup, ekonomi, sosial, masalah legislatif dan budaya, keduanya mendukung dan berdampak pada munculnya penciptaan baru. Perubahan tindakan pola dan pasar menjadi pengaruh diantara faktornya minat pasar terhadap keragaman pakaian dan perhiasan yang dibutuhkan individu. Pada rentang 3-4 bulan dengan demikian, polanya berubah menuju ke yang lain.

Cara berperilaku bangsa Indonesia yang efektif memahami pola tren paling bergaya adalah peluang luar biasa bagi pengelola uang desain. Industri pakaian dan perhiasan sangat penting untuk bisnis gaya, apa yang dimulai sebagai tindakan sosial yang menjadi gaya hidup di wilayah metropolitan, kemudian mengirimkan barang-barang untuk membantu latihan ini untuk wilayahnya sendiri, yang kemudian, pada saat itu, memimpin untuk peningkatan bisnis berpartisipasi dalam bidang desain. Latihan individu, misalnya, pekerjaan, minat sampingan, pertemanan, dan perjalanan akan memengaruhi pilihan untuk membeli.

Rencanakan barang sendiri seperti yang ditunjukkan oleh (Kotler dan Keller, 2012) dalam (Ariyanto, 2016) [1] desain adalah keseluruhan elemen yang memengaruhi tampilan, rasa, dan cara kerja suatu barang bagi pembeli.

Konfigurasi menawarkan tiga hal: Fungsi, gaya, dan daya pikat. Sesuai Kotler dan Keller mengatakan bahwa rencana besar untuk organisasi menyinggung kesederhanaan produksi dan sirkulasi. Mengenai pembeli, paket hebat adalah item yang menyenangkan atau berkesan untuk dipandang dan bernilai untuk dimiliki serta diperkenalkan hingga dikoleksi.

Berdasarkan penjelasan di atas, cenderung diasumsikan bahwa Desain Produk merupakan komponen yang terdapat pada suatu item yang mengenali item tersebut dari item-item yang bersaing. Dengan cara ini, produk yang mereka hasilkan berpusat pada tampilan yang terlihat, tetapi juga kenyamanan saat menggunakan produk dan sifat produk.

Dalam menghadapi iklim ketat dan bertekanan yang tidak dapat disangkal, setiap organisasi diharapkan dapat merampingkan aset keuangannya untuk meningkatkan keseriusan itemnya dalam pengawasan, dan memiliki opsi untuk melakukan serangkaian prosedur pemasaran yang kuat dan secara konsisten mendorongnya. mempromosikan sistem tanpa henti dan wajar. Salah satunya melalui kemajuan, yang merupakan sosok penting yang memahami tujuan kesepakatan organisasi. Untuk pelanggan untuk membeli, mereka awalnya harus memiliki pilihan untuk menguji dan menelaah produk yang dikirim oleh kompetitor, namun tidak akan terlaksana apabila mereka tidak tahu tentang produk.

Kualitas barang adalah pemahaman bahwa barang yang disajikan oleh pedagang memiliki nilai jual yang lebih tinggi daripada barang pesaing. Selanjutnya organisasi mencoba untuk membidik kualitas item dan membandingkannya dengan item yang disajikan oleh organisasi yang bersaing.

Meski demikian, sebuah barang penampilan utama serta tampilan dengan kriteria lebih unggul tak hanya hasil dari mutu terbaik jika tampilannya tidak sesuai dengan kebutuhan dan kebutuhan pasar. Organisasi harus memiliki pilihan untuk memahami apa kebutuhan dan asumsi pembeli saat ini dan masa depan.

Perilaku pembeli adalah ciri penting dalam latihan menampilkan organisasi, khususnya perilaku pembeli mewujudkan pembelian dijelaskan dalam (Swastha dan Irawan, 2008). Mempertimbangkan dan membedah tindakan ketika pembelian adalah hal mendasar dirasa penting untuk suatu kepentingan dalam rangka minat pembeli, organisasi dapat lebih mudah memahami apa yang dibutuhkan pelanggan, terutama terkait dengan pilihan pembelian pembeli yang terus berkembang. Menghadapi kenyataan ini, dealer diharapkan untuk mengembangkan strategi periklanan yang berfungsi dan secara konsisten tetap mengikuti perkembangan keuangan dari peristiwa, inovasi, kebutuhan, dan cara hidup individu. Organisasi harus mengembangkan data dan informasi tentang prosedur transaksi barang mereka.

Sebagian dari banyaknya industri yang ikut serta pada sektor gaya saat periode ini organisasi clothing dan distro. Di Mojokerto sendiri sudah banyak berdiri usaha clothing company baik dijual secara offline dan online. Salah satu usaha clothing company di daerah Pungging ialah WW Collection. Clothing company WW Collection ini menawarkan berbagai macam busana wanita dan pria mulai gamis, dress, kaos, celana hingga mukenah dan baju koko. Banyak reseller yang membeli barang di WW Collection untuk dijual kembali karena

desain yang beragam dan Biaya yang ditawarkan masuk akal dengan kualitas yang hebat.

Di masa saat ini perubahan gaya hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif yang selalu mengikuti tren terutama dibidang fashion membuat produsen dan penjual pakaian berlomba-lomba menjual pakaian dengan desain terbaru yang menarik dengan harga murah hal ini membuat persaingan bisnis di bidang fashion lebih ketat. Karena tren busana yang terus berkembang maka WW Collection harus selalu mengikuti desain busana agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya. Tidak hanya mementingkan desain produk saja untuk meningkatkan jumlah penjualan WW Collection juga harus memilih bahan yang berkualitas agar konsumen puas, hal ini dikarenakan konsumen selalu memilih bahan pakaian yang nyaman untuk dikenakan sehari-hari. Berikut merupakan data penjualan dari toko WW Collection pada bulan juni tahun 2022:

**Tabel 1.1 Data Penjualan Toko WW Collection**

<b>Bulan</b>	<b>Omset</b>
Juni minggu ke 1	Rp 53.350.000
Juni minggu ke 2	Rp37.533.000
Juni minggu ke 3	Rp 35.073.000
Juni minggu ke 4	Rp 27.704.000

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2022

Didasarkan landasan permasalahan penelitian diarahkan pada judul “Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pelanggan di WW Collection Pungging.”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari landasan permasalahan sudah dipaparkan tersebut Kemudian diperoleh perumusan:

1. Apakah desain produk memberi pengaruh signifikan secara sebagian pada keputusan pembelian konsumen di WW Collection Pungging?
2. Apakah kualitas produk memberi pengaruh signifikan secara sebagian pada keputusan pembelian konsumen di WW Collection Pungging?
3. Apakah gaya hidup masyarakat memberi pengaruh signifikan secara sebagian pada keputusan pembelian konsumen di WW Collection Pungging?
4. Apakah desain produk, kualitas produk dan gaya hidup memberi pengaruh secara signifikan bersama terhadap keputusan pembelian konsumen?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sebagai aturan, penelitian bermaksud sebagai penemuan, membuat, dan menguji penilaian yang valid dan asli pada item yang ditinjau dalam penelitian ini:

1. Mampu Mengetahui pengaruh secara signifikan parsial desain produk terhadap pembelian konsumen
2. Mampu Mengetahui pengaruh secara signifikan parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen
3. Mampu Mengetahui pengaruh secara signifikan parsial gaya hidup masyarakat terhadap keputusan pembelian konsumen
4. Mampu Mengetahui pengaruh secara signifikan simultan desain produk, kualitas produk, gaya hidup terhadap pembelian konsumen

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penjelajahan diharapkan mampu memunculkan dampak bagi semua perkumpulan yang membacanya, serta perkumpulan yang langsung terlibat dengannya. Keuntungan dari eksplorasi yaitu:

- a. Bagi para ahli, dirasa mampu memberi kontribusi yang lebih luas mengenai perilaku pembeli dan kerangka kerja yang terkandung dalam periklanan para eksekutif.
- b. Untuk tujuan hipotesis, dapat memajukan ilmu pengetahuan dan memberikan kemajuan, khususnya dalam peningkatan hipotesis yang ditampilkan, terutama yang berkaitan dengan dampak rencana item, kualitas item, dan gaya hidup masyarakat terhadap keputusan pembelian konsumen.