

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian

Dalam era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, dimana setiap sektor industri dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan produk yang unggul dan berbeda dengan pesaingnya. Salah satu bisnis yang tidak akan ada hentinya, dan akan selalu mengikuti *trend* yaitu bisnis *fashion*. Bahkan bukan hanya sekedar mengikuti tetapi sudah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat *modern* saat ini untuk tampil *trendy* dan *stylish*. Dengan perkembangan media cetak, elektronik hingga internet yang berperan sebagai pemberi informasi kepada masyarakat turut mempengaruhi masyarakat dalam mengikuti *trend*, selain dari faktor permintaan masyarakat yang telah menjadikan *fashion* sebagai suatu kebutuhan (Yusri, 2020).



Sumber : Google Trends, 2024

Gambar 1.1

Grafik Minat Pencarian *Fashion* Periode 1 Januari – 31 Oktober 2024

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa pencarian produk *fashion* di Indonesia periode 1 Januari – 31 Oktober 2024, terlihat tidak stabil, namun pencarian produk *fashion* tidak ada hentinya, dengan adanya media internet membuat semakin mudah masyarakat dari kaum remaja hingga lansia menggunakan sebagian aktivitasnya untuk mencari informasi produk *fashion*. Jones (2010) dalam teori perilaku konsumen, menyatakan bahwa pengaruh situs jejaring sosial mempunyai peran penting dalam proses pencarian informasi sebelum konsumen memilih produk atau jasa.

Salah satu toko *fashion* yang menarik perhatian dikalangan masyarakat yang sudah berdiri dari tahun 2019, yaitu toko *fashion* “Sunrise Outlet” yang berlokasi di Singaraja tepatnya Jl. Sudirman No.47, Banyuasri, Kec. Buleleng, Kab. Buleleng, Bali. Toko ini memiliki sejarah yang panjang dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan menawarkan berbagai macam produk *fashion*, yaitu *fashion* anak, *fashion* pria, serta *fashion* wanita dan perlengkapan sekolah anak hingga dewasa lainnya. Sunrise Outlet terus melakukan inovasi dalam menciptakan produknya untuk dapat terus bertahan dan bersaing dalam dunia *fashion*. Ditambah dengan adanya *trend ootd (Outfit of The Day)* semakin meningkat konsumen yang memperhatikan penampilan serta berfungsi untuk menutupi segala kekurangan yang ada di dalam tubuhnya dengan berbagai macam desain dan model sehingga menambah rasa percaya diri, kemudian dipengaruhi juga oleh jumlah penduduk Kabupaten Buleleng tahun 2024 sebesar 826,19 ribu jiwa, menjadikan banyaknya muncul pesaing yang memasarkan produk sejenis. Hal ini merupakan tantangan yang harus dihadapi oleh toko Sunrise Outlet untuk tetap mampu bertahan dipasaran dengan terus meningkatkan kualitas produk dan

memenuhi keinginan konsumen, sehingga nantinya mampu menciptakan komunikasi positif. Berikut ini merupakan data laporan penjualan serta target penjualan yang dicapai perbulan pada tahun 2024, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Laporan Penjualan Sunrise Outlet Per Januari - Oktober 2024

| PERIODE 2024 | PENJUALAN | TARGET PENJUALAN |
|--------------|----------------------------|----------------------------|
| Januari | Rp 80.499.440,00 | Rp 136.000.000,00 |
| Februari | Rp 85.294.060,00 | Rp 136.000.000,00 |
| Maret | Rp 116.058.560,00 | Rp 135.000.000,00 |
| April | Rp 164.997.980,00 | Rp 135.000.000,00 |
| Mei | Rp 90.546.660,00 | Rp 140.000.000,00 |
| Juni | Rp 119.082.580,00 | Rp 140.000.000,00 |
| Juli | Rp 144.503.900,00 | Rp 140.000.000,00 |
| Agustus | Rp 235.338.640,00 | Rp 170.000.000,00 |
| September | Rp 151.160.700,00 | Rp 220.000.000,00 |
| Oktober | Rp 137.237.080,00 | Rp 210.000.000,00 |
| TOTAL | Rp 1.324.719.600,00 | Rp 1.562.000.000,00 |

Sumber : Sunrise Outlet,2024

Dilihat dari data penjualan pada toko Sunrise Outlet terjadi fluktuasi penjualan yang tidak sesuai dengan target yang ingin dicapai. Pada bulan Januari total penjualan yang diperoleh Rp. 80.499.440,00 yang dimana tidak mencapai target penjualan pada saat itu, kemudian bulan februari total penjualan diperoleh Rp.85.294.060,00 terdapat peningkatan penjualan, kemudian pada bulan Maret dan April penjualan mengalami peningkatan, hal ini disebabkan oleh adanya tiga hari raya besar, yaitu Nyepi, Galungan & Kuningan, serta Idul Fitri sehingga tingkat pembelian konsumen meningkat. Selanjutnya pada bulan Mei mengalami penurunan penjualan yang sangat jauh dari penjualan sebelumnya sehingga tidak mencapai target yang diinginkan. Sedangkan pada bulan Juni hingga Agustus mulai mengalami peningkatan penjualan yang sangat tinggi dari sebelumnya. Sehingga dari pendapatan bulan Agustus Rp.235.338.640,00 yang mencapai target tinggi, untuk target di bulan September ditingkatkan menjadi Rp.220.000.000,00.

Sehingga dari data tersebut menandakan bahwa keputusan pembelian pada toko Sunrise Outlet terbilang cukup rendah.

Di kota Singaraja masyarakat yang melakukan keputusan pembelian dominan melihat kualitas produk yang ditawarkan. Berdasarkan observasi awal dan wawancara sederhana yang dilakukan peneliti kepada 10 konsumen, diantaranya 6 menyatakan bahwa kualitas produk Sunrise Outlet memiliki kualitas yang bagus, pelayanan ramah, cepat tanggap, serta keputusan pembelian di Sunrise Outlet dipengaruhi oleh rekomendasi orang lain. Kemudian konsumen mengatakan akan membagikan pengalamannya kepada orang terdekatnya. Sedangkan 4 konsumen mengatakan bahwa kualitas produk sunrise outlet bagus namun tidak *up to date*. Serta keputusan untuk melakukan pembelian tidak dipengaruhi oleh orang lain.

Adapun faktor yang diduga sebagai penyebab menurunnya tingkat penjualan produk Sunrise Outlet yaitu persepsi konsumen, berdasarkan pada informasi yang didapatkan langsung dengan konsumen pada saat berbelanja di outletnya, konsumen mengatakan “kualitas produk Sunrise Outlet sangat bagus serta harganya terjangkau, namun tidak banyak orang tahu”. Kemudian banyaknya persaingan usaha dibidang *fashion* yang hadir di Kabupaten Buleleng dalam beberapa tahun terakhir ini dengan jumlah 7 toko yang menjual barang sejenis, yaitu seperti Bandung Collection, Gurlbucket, Boxoutlet, Dewa Dewi Collection, Puri Kawan Collection, Zero Singaraja, dan UD Sif yang membuat persaingan dibidang bisnis tersebut semakin ketat, munculnya pesaing tersebut dipengaruhi oleh peluang, permintaan dan kebutuhan pasar yang meningkat dengan berbagai macam model, harga yang sesuai dengan kualitas produk. Sehingga perusahaan

harus mampu bersaing dengan memperhatikan kualitas produk dan menciptakan *review* positif untuk menarik keputusan pembelian konsumen.

Selama Sunrise Outlet menjual produk ke konsumen, adapun *review* yang dibuat oleh konsumen baik itu *review* negatif maupun positif yang disampaikan pada akun *google review* Sunrise Outlet. Dari sekian banyak komentar positif adapun komentar negatif yang disampaikan oleh salah satu konsumen dengan nama akun Arwi Mahadewa memberikan ulasan terkait kualitas produk tidak bagus. Hal ini merupakan salah satu bentuk *electronic word of mouth* (E-WOM) yang akan sangat berpengaruh terhadap pandangan konsumen lainnya mengenai produk Sunrise Outlet. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saino & Ramadhani (2021) menyatakan bahwa kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh sangat besar pada keputusan pembelian. Ditambah dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Armanis (2023) menyatakan bahwa *electronic word of mouth* dan kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses yang dilakukan oleh konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Kotler, Philip (2009) menyatakan terdapat empat faktor yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian konsumen yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dalam penelitian ini hanya memfokuskan menggunakan variabel *electronic word of mouth* (e-WOM) yang merupakan bentuk faktor psikologis yang dimana faktor psikologis merupakan pemicu yang menyebabkan konsumen melakukan pemilihan produk sebelum melakukan pembelian karena fakta bahwa e-WOM

merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Bataineh, 2015).

Faktor kualitas produk dan *electronic word of mouth* merupakan dua faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian. Faktor produk sendiri merupakan hal yang diperhatikan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Kotler dan Armstrong, 2008). Semakin bagus fungsi dari suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen, maka produk tersebut paling diminati oleh konsumen dan tentunya akan berdampak menguntungkan bagi pihak perusahaan, dimana akan menciptakan keputusan pembelian yang tinggi sehingga dapat mendatangkan profit bagi perusahaan. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2021) menyatakan bahwa harga produk, kepercayaan, dan kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian Penelitian lain yang dilakukan oleh Rukmayanti & Fitriani (2022) menambahkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Namun hasil penelitian berbeda diperoleh Febyana *et al* (2023) menyatakan bahwa *electronic word of mouth* dan *product knowledge* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan studi-studi sebelumnya adanya kesenjangan hasil penelitian sebelumnya antara penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2021), Rukmayanti & Fitriani (2022), dan Febyana *et al* (2023).

Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Electronic word of mouth (E-WOM) di definisikan sebagai media komunikasi untuk saling berbagi informasi mengenai suatu produk atau jasa yang telah dikonsumsi antar konsumen yang sebelumnya tidak saling mengenal dan bertemu (Gruen, 2006). Apabila suatu perusahaan memiliki persepsi yang baik di benak konsumen melalui produk yang mereka tawarkan ataupun informasi yang didapatkan dari komunikasi mulut ke mulut melalui media elektronik dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Maka dari itu *electronic word of mouth* (E-WOM) memiliki peranan yang sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian konsumen dan dalam pembentukan pola perilaku konsumen (Jalilvand, 2012). Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saino & Ramadhani (2021) menyatakan kualitas produk dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Armanis (2023) menyatakan bahwa *electronic word of mouth* dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan & Pertiwi (2021) berbanding terbalik yaitu menyatakan bahwa halal label, *electronic word of mouth*, and *product quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan studi-studi sebelumnya adanya kesenjangan hasil penelitian sebelumnya antara penelitian yang dilakukan oleh Saino & Ramadhani (2021), Armanis (2023), dan Gunawan & Pertiwi (2021). Oleh karena itu, penelitian ini menguji pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah penelitian diatas, maka diajukan penelitian berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk dan *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian di Sunrise Outlet Singaraja**”

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka identifikasi masalah penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Terjadi Fluktuasi penjualan atau ketidakstabilan dalam pencapaian target setiap bulannya yang terjadi di toko Sunrise Outlet tahun 2024.
2. Persaingan ketat usaha *fashion* di Kabupaten Buleleng mengharuskan perusahaan dapat bersaing dengan meningkatkan kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM)
3. Terdapat kesenjangan pada hasil penelitian terkait dengan pengaruh kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada toko Sunrise Outlet maka penelitian ini hanya menfokuskan pada permasalahan variabel kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian konsumen.

1.4 Rumusan Masalah Penelitiann

Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian sebagai berikut.

1. Apakah kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja?
3. Apakah *electronic word of mouth* (E-WOM) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada maka tujuan pada penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja
2. Untuk mengetahui kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja
3. Untuk mengetahui *electronic word of mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian di Sunrise Outlet Singaraja

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat, adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan manfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran khususnya yang berkaitan dengan kualitas produk, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan keputusan pembelian

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya dapat digunakan oleh pihak toko Sunrise Outlet sebagai bahan dasar untuk mempertimbangkan kegiatan atau kebijakan perusahaan, dalam menentukan strategi-strategi pemasaran yang akan efektif untuk meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di toko Sunrise Outlet, khususnya pada kualitas produk dan *electronic word of mouth* (E-WOM) dalam menentukan keputusan pembelian untuk kemajuan usaha itu sendiri.

