

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat. Produk fashion termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan pemakaian normal satu tahun. Produk fashion meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang dagangan (produk yang dijual) dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang dijual oleh perusahaan tersebut. Di dalam menjalankan persaingan bisnis, pemasar diharapkan memiliki kreativitas yang tinggi di dalam menciptakan inovasi, hal tersebut menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis karena dengan inovasi yang dibuat oleh pemasar mampu membuat perusahaan bertahan dalam suatu persaingan. Para pemasar juga harus menyediakan sarana untuk konsumen agar bisa mencari informasi secara detail.

Electronic commerce (e-commerce) merupakan salah satu metode dalam berbisnis melalui internet. Dengan *e-commerce*, calon pembeli dapat mengetahui informasi mengenai produk secara detail, seperti harga, model, warna dan ketersediaan stok dan sebagainya. Selain itu, *e-commerce* juga dapat menghubungkan penjual dan pembeli yang berbeda tempat dan tidak akan menjadi kendala dalam melakukan transaksi penjualan seperti pemesanan dan pembayaran

Perkembangan *Online Shop* atau toko online melalui media internet sudah menjamur di Indonesia, bahkan sudah sangat dikenal baik oleh khalayak ramai. Banyaknya beragam kemudahan dalam berbelanja dan bermacam jenis produk dan jasa yang ditawarkan, membuat masyarakat Indonesia menjadikan *Online Shop* sebagai salah satu “tempat berbelanja” baru selain pusat perbelanjaan. Hal ini membuat banyak penjual *Online Shop* yang berlomba – lomba menawarkan produknya dengan berbagai cara untuk menarik konsumen berbelanja, mereka memanfaatkan keadaan dimana *Online Shopping* sedang saat diminati oleh masyarakat Indonesia sampai saat ini.

Keputusan Pembelian adalah Individu mengadakan proses dalam dirinya, akhirnya melakukan pembelian dengan tujuan memperoleh kepuasan dari barang yang dibelinya itu.¹ Faktor yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk dan harga. Kualitas produk dalam usaha adalah Kemampuan sebuah produk dalam

¹ Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. *Consumer Behavior*. (Singapore: 10 Edition, Prentice Hall, 2011), hlm. 490.

memperagakan fungsiya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya salah satu nilai utama yang diharapkan oleh pelanggan dari produsen adalah kualitas produk dan jasa yang tertinggi.² Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.³

Seiring dengan berkembangnya teknologi, salah satu penyebab konsumen maupun mahasiswa beralih kepada pembelian online adalah berubahnya pola pikir manusia mengikuti zaman dan kemudahan bertransaksi mahasiswa yang ditunjukan dengan keinginan teknologi yang instan, dari pada datang ke toko ngantri, maka dari itu fashion online jalan keluarnya, kita bisa memilih berbagai jenis baju khususnya muslim secara online di gadget yang dimiliki tanpa melangkah jauh, untuk pembayaran pun simpel tinggal transfer. Selanjutnya meningkatkan penampilan dan gaya hidup.

Dalam Islam jual dan beli telah diatur baik bagi para penjual ataupun pembeli. Ada syarat yang harus dipenuhi untuk belanja online sesuai syariat Islam. Dan syariat Islam tersebut harus dipenuhi agar transaksi jual beli sah. Jika jaman dahulu syariat Islam mengatur bahwa apapun yang didunia nyata adalah sama dengan dunia gaib. Seperti saat ini yaitu belanja online. Syarat penjual online adalah tentu yang pertama barang yang diperjual belikan harus halal, kedua status harus jelas apa

² Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 283.

³ Murti. *Pengantar Bisnis*. (Yogyakarta: Liberty, 2011), hlm. 285.

anda pemilik barang dagang itu, ketiga harus jujur dan keempat tidak boleh ada riba.

Pandangan Islam mengenai fashion berada pada firman Allah SWT:

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُّوْرِي سَوْءَ تِكُمْ وَرِيْشًا وَلِبَاسًا التَّقْوٰى
 ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِنْ ءَايٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

Artinya: "Hai anak-cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan untuk kamu pakaian yang dapat menutupi aurat-auratmu dan untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat." [(QS. Al-A'raf:26)].⁴

Berdasarkan fakta yang ada, ditemukan permasalahan mengenai kualitas produk:

1. Barang yang dipesan tidak sesuai dengan harapan atau ekspektasi pembeli, misalnya dari segi warna karakteristik barang dan hiasan produk.
2. Ketidaksesuaian antara gambar dengan hasil yang nyata, bahkan dari segi ukuran banyak sekali tidak sesuai.
3. Terdapat kecacatan produksi yang tidak seharusnya produk tersebut dijual.
4. Tidak adanya jaminan kerusakan ketika sudah diterima konsumen
5. Seringkali apabila beli di online dengan harga original dengan barang kualitas KW biasa, hal tersebut sangat merugikan konsumen.

⁴ Departemen Agama RI, Al-Qur'an Terjemah (Jakarta: CV Darus Sunnah, 2002).

Permasalahan *shop online* yang sering terjadi adalah ketidaksesuaian antara produk yang ditawarkan dengan pesanan yang telah diterima dari segi kualitasnya, misalnya tidak sesuai ekspektasi, tidak sesuai gambar dan tidak sesuai dengan produk dan harganya, tidak sedikit produk yang sudah di pesan tidak sampai ke tangan konsumen, dengan banyaknya pengguna *shop online* dan masalah yang muncul, maka penulis sangat tertarik untuk meneliti judul ini.

Masalah lainnya adalah pada belanja online dimana konsumen tidak pernah menangani barang secara fisik sebelum pembelian selesai dan barang yang dikirim tentu memungkinkan untuk membeli barang yang salah. Hal ini dapat terjadi saat pembelanja menggunakan aplikasi atau situs web untuk melakukan pembelian dan klik pada item yang salah atau saat pelanggan melakukan pembelian dan memberikan nomor produk yang salah. pembeli tidak melakukan kesalahan selama proses pemesanan masih mungkin konsumen menerima barang yang salah. Hal ini sering terjadi ketika pesanan diisi dengan tangan dan kesalahan dibuat di gudang. Pengiriman barang yang salah yang bukan tanggung jawab owner pemilik online, hal itu sangat merugikan konsumen, seringkali produk yang cacat tidak bisa di return atau dikembalikan dan diganti dengan yang baru.

Dengan banyaknya produk yang sejenis dengan harga yang bervariasi yang membuat pembeli untuk memutuskan pembelian, dan akan merasa bingung untuk memilih produk yang benar-benar berkualitas. Berdasarkan hasil wawancara masalah kualitas produk relatif ditemukan,

pada intinya kita harus pandai-pandai memilih produk yang baik untuk dibelinya, misalnya dilihat dari feed back barang yang dijual dan ratingnya, sehingga tidak salah dalam memutuskan pembelian. Selain itu harga sering kali menggiurkan konsumen, banyak konsumen yang tergiur dengan harga yang murah tanpa mempertimbangkan dari segi kualitasnya, sehingga ketika barang tersebut datang seringkali rasa kecewa dialami oleh konsumen.

Berdasarkan fenomena yang telah dikemukakan, perlu kiranya diteliti sejauh mana pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi mengenai *fashion online*. Hasil penelitian tersebut akan dituangkan dalam usulan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi Yang Merupakan Konsumen *Fashion Online*).**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah dikemukakan dalam latar belakang yaitu mengenai Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi?

2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi;
3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian *fashion online* pada mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Akademis
 - a. Bagi Penulis

Manfaat yang diperoleh, yaitu dapat menambah wawasan keilmuan khususnya dalam mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Siliwangi yang sedang diteliti, sehingga dapat

meningkatkan penguasaan dan penghayatan serta pengetahuan dalam prakteknya dilapangan.

b. Bagi Fakultas Agama Islam

Penelitian ini dapat memberikan tambahan bacaan atau kajian, terutama bagi kalangan mahasiswa yang akan menyelesaikan studi di Fakultas Agama Islam Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Siliwangi Tasikmalaya.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan masukan kepada pihak pelaku usaha online dalam pengambilan keputusan untuk menentukan langkah-langkah dalam upaya menciptakan usaha online dalam penjualan produk fashion muslim online.

3. Kegunaan Bagi Masyarakat

Agar masyarakat mengetahui dan meyakini manfaat dari mempertimbangkan produk fashion online dalam mempertimbangkan kualitas produk dan kisaran harganya.