

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

*Fashion* muslim di Indonesia kini berkembang pesat bahkan dianggap sebagai kiblat busana muslim dunia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian, Indonesia merupakan negara ketiga di dunia setelah Uni Emirat Arab dan Turki sebagai negara pengembangan busana muslim terbaik. Adapun menurut *State of Global Islamic Economy (SGIE) Report 2020/2021*, *fashion* Islami global diperkirakan bernilai US\$311 miliar pada 2024. Sementara itu, nilai konsumsi *fashion* Islami Indonesia pada 2019 mencapai US\$16 miliar, terbesar kelima di dunia setelah Iran, Turki, Arab Saudi dan Pakistan. Hal ini menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam industri *fashion* Islami di Indonesia. Tidak sedikit *brand fashion* muslim lokal baru bermunculan, banyak juga selebriti Indonesia yang mulai terjun ke bisnis *fashion* muslim sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat di dunia bisnis. Dalam perkembangan dunia bisnis saat ini diiringi pula kemajuan teknologi informasi yang membuat konsumen semakin kritis dalam memilih produk. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki strategi bersaing untuk menjangkau konsumen sebanyak mungkin.

**Tabel 1. 2 Daftar Beberapa Nama Brand Fashion Muslim di Kota Bogor**

NO	NAMA BRAND
1	Shafira
2	Zoya
3	Elzatta
4	Nibras
5	Hikmat
6	Nobby

Sumber: Penulis (2023)

Berkaitan dengan maraknya perusahaan *fashion* muslim saat ini, terdapat *brand* lokal maupun mancanegara yang berkembang pesat khususnya di Bogor, seperti Shafira, Zoya, Elzatta, Nibras, Hikmat, Nobby dan masih banyak *brand fashion* muslim baru lainnya yang memberikan pengaruh besar pada industri *fashion*, salah satunya Toko Rabbani Kota Bogor. Rabbani bergerak di industri *fashion* yang berfokus pada pakaian Islami dan aksesoris keagamaan lainnya. Berdasarkan informasi yang diperoleh peneliti,

bahwa pada tahun 2022 jumlah konsumen lama atau tetap yang berkunjung ke Toko Rabbani mengalami penurunan sebesar 5% dibandingkan tahun 2021.

**Tabel 1. 3 Jumlah konsumen tetap tahun 2021 dan 2022**

TAHUN	JUMLAH KONSUMEN LAMA/TETAP
2021	6576
2022	6254

Sumber: Rabbani Kota Bogor

Dalam lingkungan industri *fashion* yang semakin kompetitif, perusahaan dapat menciptakan kepuasan pelanggan sebagai dasar untuk bertahan dalam persaingan yang semakin ketat saat ini. Hal ini didasarkan pada fakta bahwa kepuasan pelanggan yang positif akan berdampak baik pada profitabilitas perusahaan dan menciptakan kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada pembelian berulang, loyalitas merek dan *word of mouth* yang positif. Sehingga konsumen yang merasa puas akan berbagi pengalamannya membeli produk atau layanan jasa itu kepada orang lain.

Faktor harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga menunjukkan nilai moneter yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh atau menerima manfaat dari suatu produk atau jasa. Konsumen menyadari bahwa ketika mempertimbangkan pembelian produk tertentu, harga harus diperhitungkan. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil survey yang peneliti peroleh menghasilkan dominasi daya beli produk oleh konsumen yang mencari produk Rabbani dengan harga rendah dan menengah.

Selain itu, promosi juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Promosi adalah cara mempresentasikan produk kepada pelanggan dan memperoleh pelanggan melalui periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, dan pemasaran langsung. Kegiatan mempromosikan produk kepada pelanggan dilakukan dengan harapan pelanggan akan tertarik untuk membeli produk tersebut. Tanpa adanya promosi maka pelanggan tidak akan mengenal produk yang ditawarkan. Promosi adalah cara untuk menarik perhatian dan mempertahankan pelanggan. Salah satu tujuan promosi penjualan yaitu untuk memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan dengan tujuan memberikan kepuasan pelanggan. Setiap tahunnya, Rabbani memberikan berbagai diskon, termasuk yang diberikan pada tahun 2022. Rabbani memberikan diskon mulai

dari 25% hingga 60% all item pada momen tertentu dengan syarat dan ketentuan berlaku, diskon 10% all item khusus untuk member, serta voucher umroh bagi reseller. Adapun promo yang ditawarkan pada tahun 2023 diantaranya yaitu berkesempatan mendapatkan kerudung instan gratis, logam mulia, diskon up to 50% serta wisata gratis ke turki dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Hal ini menjadi salah satu faktor guna mencapai kepuasan pelanggan.



Gambar 1. 1 Promo tahun 2022 dan 2023

Sumber: Rabbani Kota Bogor

Citra merek adalah persepsi pelanggan terhadap merek tertentu dan cara pelanggan menilai merek tersebut. Citra merek yang baik memastikan pelanggan menyukai produk yang dibelinya, sedangkan bagi produsen citra merek yang baik menentukan daya beli konsumen. Jika citra mereknya baik maka pelanggan akan tetap setia untuk membeli produk di toko tersebut. Rabbani juga telah memperoleh penghargaan sebagai *brand fashion* islami terbaik pada tahun 2021 dan 2022 namun tidak berdampak signifikan terhadap *brand awareness* Rabbani di kalangan konsumen karena masih banyak masyarakat yang belum mengenal Rabbani terutama di daerah pelosok.

BUSANA MUSLIM		
Brand	TBI	
Rabbani	22.20%	TOP
Zoya	21.30%	TOP
Almadani	13.60%	TOP
Azka	10.40%	
Attana	7.50%	

  

BUSANA MUSLIM		
Brand	TBI	
Rabbani	22.30%	TOP
Zoya	20.50%	TOP
Almadani	14.50%	TOP
Azka	10.90%	
Attana	8.20%	

Sumber: Top Brand Award ([www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com))

Gambar 1. 2 Top Brand Kategori Busana Muslim Tahun 2021 dan 2022

Sumber: Top Brand Award

Selain harga, promosi dan citra merek, kualitas layanan merupakan faktor penting lainnya agar sebuah produk dicari konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Karyawan Rabbani Kota Bogor relatif ramah, dibuktikan dengan senyuman, salam dan sapaan di pintu masuk dan kasir. Rabbani Kota Bogor memiliki 2 lantai untuk area selling dan di setiap lantai disediakan *shopping bag* untuk pelanggan yang akan membeli produk sebelum dibawa ke kasir. Biasanya, karyawan merespon dengan cepat untuk membantu memenuhi kebutuhan pelanggan. Namun, masih ada kekurangan dalam kemampuan pramuniaga dan SPG (*Sales Promotion Girl*) dalam mengenalkan dan menginformasikan kegunaan dan kelebihan produknya serta terdapat beberapa keluhan pelanggan atas pelayanan karyawan yang kurang memuaskan seperti kesalahan dalam memberikan produk hingga menyebabkan terjadinya *return*. Guna memperoleh faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di Toko Rabbani Kota Bogor dan sebagai upaya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor.**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dalam sebuah penelitian, langkah utama yang harus dilakukan yaitu mengidentifikasi masalah yang akan diteliti. Dimana, identifikasi masalah merupakan bagian dari proses penelitian dalam rangka mendefinisikan masalah dan menjadikan definisi tersebut sebagai langkah awal yang terukur dalam penelitian. Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya *brand* lokal busana muslim baru khususnya di Kota Bogor seperti seperti Shafira, Zoya, Elzatta, Nibras, Hikmat, Nobby dan masih banyak *brand fashion* muslim baru lainnya yang memberikan pengaruh besar pada industri *fashion* salah satunya Toko Rabbani Kota Bogor.
2. Perkembangan dunia bisnis diiringi dengan kemajuan teknologi informasi yang membuat konsumen semakin kritis dalam memilih produk.
3. Pada tahun 2022 jumlah konsumen lama atau tetap yang berkunjung ke Toko Rabbani mengalami penurunan sebesar 5% dibandingkan tahun 2021.

4. Terdapat keluhan atas kurang sesuainya produk yang diperoleh.
5. Dominasi daya beli produk oleh konsumen yang mencari produk Rabbani dengan harga rendah dan menengah.
6. Masih banyak orang yang belum mengenal Rabbani.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Batasan masalah berperan untuk memperjelas penyusunan penelitian yang mencakup apa saja yang harus diteliti. Batasan masalah ini dapat didefinisikan sebagai limit apa saja yang akan dibahas oleh penulis karya ilmiah, yang memungkinkan menjadi lebih fokus pada materi dan penyusunannya menjadi lebih efektif. Adapun batasan permasalahan yang akan diteliti secara detail yaitu pada Pengaruh Harga, Promosi, Citra Merek dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor?
2. Apakah promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor?
3. Apakah citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan *Fashion* Rabbani Kota Bogor.

2. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan *Fashion Rabbani Kota Bogor*.
3. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan *Fashion Rabbani Kota Bogor*.
4. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion Rabbani Kota Bogor*.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini seyogyanya dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh harga, promosi, citra merek dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan *Fashion Rabbani Kota Bogor* serta dapat dijadikan sebagai bahan acuan di bidang penelitian yang sejenis.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan dan referensi bagi para pelaku bisnis yang berhubungan dengan busana atau *fashion* maupun oleh manajemen perusahaan.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi merupakan kerangka penyusunan skripsi dari bab awal hingga bab terakhir yang penulis jabarkan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian-bagian pada bab ini memuat latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bagian-bagian yang ada pada bab ini berisikan teori yang berasal dari buku serta beberapa jurnal atau literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian-bagian yang ada pada bab ini meliputi tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi

operasional variabel serta teknik analisis data penelitian.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian-bagian yang ada pada bab ini terdiri dari gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan serta mengemukakan berbagai fenomena pada penelitian ini.

#### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bagian yang dibahas dalam ini yaitu simpulan atau hasil akhir penelitian serta saran dan masukan dalam rangka perbaikan bagi perusahaan kedepannya .

#### DAFTAR PUSTAKA

Pada bagian ini berisi tentang rujukan dari berbagai buku maupun jurnal yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini.