

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Secara umum kebutuhan pokok manusia terdiri dari kebutuhan pangan, sandang dan papan ini disebut pula sebagai kebutuhan dasar atau primer. Manusia akan selalu dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidup, baik itu kebutuhan primer, sekunder maupun tersier. Pemenuhan kebutuhan hidup selalu dikaitkan pada persoalan pengorbanan atau yang kita kenal dengan biaya yang akan dikeluarkan untuk mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu kebutuhan hidup masyarakat yang perlu diperhatikan dalam sandang seperti pakaian.

Pakaian bekas merupakan salah satu target market konsumen untuk mendapat *style* yang berbeda dengan yang lain, karena kebanyakan pakaian bekas merek ternama di luar negeri dan model pakaiannya tidak pasaran. Di sisi lain pakaian bekas ini tidak terlalu mahal sehingga dapat menghemat pengeluaran. Ketika memutuskan akan membeli suatu barang seperti produk barang bekas, tentu konsumen memikirkan terlebih dahulu barang yang akan dibeli, Mulai dari model, bentuk, fungsi dan juga kegunaan barang tersebut. Informasi mengenai *fashion* lebih menjadi kebutuhan dasar masyarakat, dan tuntutan gaya hidup untuk tampil *fashionable* yang merupakan keharusan. Namun upaya ini dirasa cukup mahal apabila melihat brand-brand seperti Hnm, Uniqlo, Zara, Polo, Converse, Levis, Adidas dan lain sebagainya. Tetapi saat ini untuk tampil *fashionable* tidak harus mahal, membeli pakaian bekas merupakan alternatif untuk tampil bagus

selain harga terjangkau dan juga kualitas yang baik pakaian bekas juga mengeluarkan barang unik tersendiri yang bisa menunjang penampilan. Jual beli pakaian bekas di pajak sore No.65 padang bulan kota medan sebagian besar menggunakan sistem bal-balan dengan menggunakan kode, misalnya pada transaksi pakaian bekas kode kemeja maka dalam bal tersebut hanya berisi kemeja. Pedagang pakaian bekas di pajak sore No.65 padang bulan kota medan mendapat barang dari agen yang berada di tanjung balai . pedagang pakaian bekas di pajak sore No.65 padang bulan kota tidak mengetahui mengenai kualitas dan jumlah dari barang yang menjadi objek jual beli tersebut karena menjadi ketentuan bahwasanya pedagang tidak dapat melihat isi bal pakaian bekas tersebut sebelum ia membelinya.

Thrifting pajak sore No. 65 padang bulan kota medan merupakan Salah satu *store* yang menjual pakaian bekas dengan berbagai merek sehingga membuat konsumen tertarik untuk membeli pakaian di *store* tersebut. Namun adanya keluhan dari konsumen yang mengeluhkan mengenai kualitas produk dan promosi dari usaha *Thrifting* dan terjadi kurangnya keputusan pembelian. Adanya konsumen yang merasa kurang puas akan kualitas produk yang diberikan oleh *Thrifting* pajak sore no 65, meliputi barang yang sobek, berlubang, warna baju memudar, kancing rusak, dan benang-benang pakaian yang tertarik dan juga merasa kurang puas akan promosi yang diberikan oleh *Thrifting* pajak sore no 65 yaitu kurangnya promosi diskon yang di tawarkan, atau *give away* (hadiah) untuk para konsumen yang membeli banyak. Tentu sangat penting untuk selalu memperhatikan kepuasan konsumen agar terjadi keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan hal yang lazim karena menjadi salah satu

bahan pertimbangan bagi konsumen dalam proses pemenuhan kebutuhan akan barang maupun jasa. Dalam membeli dan mengkonsumsi sesuatu terlebih dahulu, konsumen membuat keputusan mengenai produk apa yang dibutuhkan, kapan, bagaimana dan dimana proses pembelian atau konsumsi itu akan terjadi. Menurut Astuti & Abudllah (2017), menyatakan “keputusan pembelian merupakan tahap evaluasi konsumen dalam membentuk preferensi diantara merek-merek dalam kelompok pilihan, konsumen mungkin juga membentuk minat pembelian untuk membeli merek yang paling disukai”.

Menurut Tjiptono (2019:21) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Menurut Fahmi (2016:57) keputusan pembelian merupakan tindakan konsumen dalam memutuskan sebuah produk yang dianggap menjadi solusi dari kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Salah satu faktor mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah seperangkat atribut yang di dalamnya termasuk segala identitas produk yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memperhatikan dan kemudian dimiliki, digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Dedhy, Syarifah & Rahmawati, 2017). Menurut Kotler & Keller (2016:37), kualitas produk mengacu pada kemampuan pada suatu produk untuk menjalankan fungsi yang dimaksudkan. Kemampuan ini mencakup hal-hal seperti keawetan, kehandalan dan ketelitian yang semuanya hadir dalam jumlah tinggi dalam produk tertentu. Kualitas produk adalah seperangkat atribut yang di

dalamnya termasuk segala identitas produk yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memperhatikan dan kemudian dimiliki, digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen (Djunaidi, 2020).

Selain kualitas produk, promosi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Pertiwi *et al.*, (2016). Promosi adalah bentuk komunikasi yang mencakup menginformasikan, mengingatkan dan juga meyakinkan pelanggan kepada suatu produk untuk membeli dan menggunakannya yang di tawarkan oleh penjual.

Dapat disimpulkan bahwa apabila promosi yang diadakan sesuai kemauan konsumen dan juga kualitas produk yang di berikan oleh *Thrifting* pajak sore tersebut sesuai yang di harapkan maka dapat menimbulkan keputusan pembelian. Berikut data jumlah pembeli, dan nilai penjualan produk *thrifting* pajak sore No.65 padang bulan kota medan pada tahun 2020-2023 adalah:

Tabel 1.1 Data Jumlah Pembeli, Baju Per pcs dan Nilai Penjualan Produk pada *Thrifting* Pajak Sore No.65 Padang Bulan, Kota Medan Tahun 2020-2023

Tahun	Jumlah Pembeli	Baju Per pcs	Nilai Penjualan (Rupiah)
2020	6.000	25.000	Rp. 150.000.000
2021	5.310	25.000	Rp. 132.750.000
2022	4.130	25.000	Rp. 103.250.000
2023	3.100	25.000	Rp. 77.5000.000
Jumlah	18.540	25.000	Rp. 463.5000.000

Sumber : data *thrifting* pajak sore No.65

Dari tabel 1.1 dapat kita lihat bahwa terjadi penurunan jumlah pembeli, Akibat Kualitas Produk dan promosi yang diberikan oleh *Thrifting* Pajak sore. Berdasarkan data diatas, jumlah pembeli mengalami penurunan dipengaruhi oleh

kualitas produk yang diterima oleh konsumen dan juga promosi yang diberikan kepada konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian yang masih kurang optimal membuat konsumen atau pelanggan masih mempertimbangkan produk yang dijual oleh *Thrifting* pajak sore tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Sigit Hari Prasetya (2020) yang berjudul pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Koran Jawa Pos Semarang dengan hasil penelitian bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal tersebut dapat dibuktikan bahwa kualitas produk dan promosi yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan membuat pelanggan merasa puas, dengan adanya persepsi yang baik dari kualitas produk dan promosi yang di dapatkan maka konsumen akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan kepada orang-orang terdekatnya.

Menurut Ernawati (2019) bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan pada suatu produk untuk menjalankan fungsinya yang dimaksudkan mencakup hal-hal seperti keawetan dan juga kehandalanan dalam produk. Kualitas produk merupakan suatu hal yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha agar terjadi keputusan pembelian oleh pelanggan.

Menurut Pertiwi et al., (2016) promosi merupakan bentuk komunikasi yang mencakup menginformasikan, mengingatkan dan juga meyakinkan pelanggan kepada suatu produk untuk membeli dan menggunakannya yang di tawarkan oleh penjual. Apabila sebuah perusahaan melakukan promosi dengan memberikan

informasi mengenai sebuah produk yang di produksi oleh suatu perusahaan dengan lengkap dan menarik, maka kemungkinan konsumen akan tertarik dan akan melakukan keputusan pembelian.

Praktik jual beli produk pakaian bekas di pajak sore No. 65 ini bersifat untung-untungan karena pedagang yang membeli stok ball ini tidak melihat kondisinya secara langsung. Tetapi jika kondisinya bagus maka akan mendatangkan keuntungan untuk dijual, jika sebaliknya maka ungunya relatif kecil bahkan bisa mendatangkan kerugian.

Dapat disimpulkan bahwa volume penjualan yang berfluktuasi juga bisa disebabkan kurangnya promosi produk. Promosi produk merupakan salah satu faktor penting dalam usaha memasarkan produk. Promosi yang kurang dapat membuat usaha berjalan tidak lancar. pemilik usaha *Thrifting* pajak sore kurang mengaktifkan peran media sosial dalam memasarkan produknya seperti media sosial seperti tiktok, sehingga konsumen banyak yang belum mengetahui produk ini. Di era digitalisasi saat ini, dengan semakin banyak *platform* belanja online, *Thrifting* pajak sore mampu melihat peluang ini untuk memasarkan produk secara online. Hal inilah yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena produk masih di tawarkan di toko.

Berdasarkan konsep dan latar belakang di atas, penulis memilih untuk mengangkat tema mengenai jual beli pakaian bekas dan tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Thrifting* Pajak Sore No.65 Padang Bulan, Kota Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

- 1 Terdapat penurunan penjualan *Thrifting* di pajak sore No.65 padang bulan, kota medan setiap tahun
- 2 *Thrifting* pajak sore No. 65 melakukan promosi produk, akan tetapi promosi yang dilakukan masih kurang efektif dalam menjangkau pembeli.
- 3 Tingkat kualitas produk pada *Thrifting* pajak sore No.65 padang bulan yang belum memberikan kepuasan kepada konsumen yang juga mengalami penurunan

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah sangat penting untuk menentukan fokus penelitian. Maka, untuk itu permasalahan pada penelitian ini dibatasi pada kualitas produk (X_1), Promosi (X_2) dan Keputusan pembelian (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, Identifikasi masalah, dan pembatasan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota medan?
2. Apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pada produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota medan?
3. Apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota

medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *thrifting* pajak sore No. 65 padang bulan, kota medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka Penelitian ini diharapkan akan memberikan bagi semua pihak diantaranya

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman yang berkaitan dengan Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

2. Bagi *Thrifting* Pajak Sore No.65 padang bulan kota medan

Penelitian ini sebagai masukan bagi Perusahaan dan bahan informasi pertimbangan dalam Menyusun Kualitas Produk dan Promosi

3. Bagi Universitas Negeri Medan

Sebagai tambahan literatur kepustakaan Universitas Negeri Medan tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

4. Bagi peneliti lain

Sebagai tambahan referensi dan informasi atau bahan pertimbangan bagi peneliti lain dan acuan perbandingan dalam penelitian yang sama di masa akan datang.



THE *Character Building*
UNIVERSITY