

# BAB I

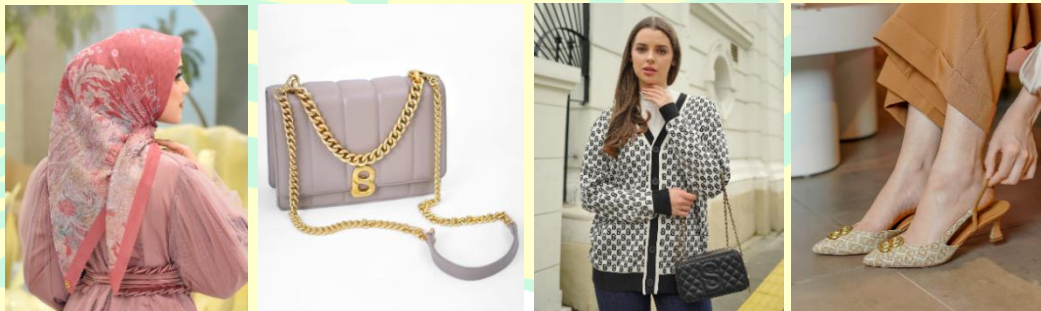
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, industri *fashion* di Indonesia terus menerus mengalami peningkatan. Agar suatu perusahaan bisa berkembang atau bertahan dalam penjualan, perusahaan harus mampu menghasilkan produk yang berkualitas baik dan memenuhi kebutuhan serta kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang memiliki peranan penting dalam bisnis. Kepuasan konsumen merupakan tonggak utama dalam keberhasilan suatu perusahaan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Baehaki, 2021) bahwa kepuasan konsumen merupakan peranan penting dalam keberhasilan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan.

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2013) kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang riil/aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Kotler dan Keller (2016) dalam (Novrihya & Mariah, 2022) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen akan kesenangan dan kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan atau hasil dengan harapan mereka. Tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Dalam penelitian ini indikator yang menentukan kepuasan konsumen yang diambil hanya indikator kualitas produk, dan harga. Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam (Indrasari, 2019) kualitas produk dapat diukur melalui *performance quality* yaitu kenyamanan, ketahanan, model/desain dan kualitas bahan, serta harga menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam (Korowo et al., 2018) yang diukur melalui kesesuaian harga dengan kualitas. Dengan adanya kualitas produk di dalam indikator kepuasan konsumen, hal ini akan memudahkan para konsumen serta memudahkan marketing di Indonesia, dan harga sebagai penunjang. Salah satu *brand* yang menawarkan kualitas premium pada setiap produknya ialah Buttonsscarves.

Buttonscarves merupakan salah satu *brand* yang memproduksi produk *scarves, bags, footwear, prayer set, apparel, accessories, home & living, sports* ([Buttonscarves Official Website](#)). Dalam wawancara Linda Anggrea (pemilik Buttonscarves) dengan Kompas.com (Tashandra, 2020) menyatakan, Buttonscarves memiliki karakteristik desain yang unik dan disetiap desain memiliki cerita tersendiri, serta pola tepian hijab buttonscarves menggunakan teknik *laser cut*. Pada umumnya disetiap produk memiliki ciri khas utama yaitu logo Buttonscarves. Hal ini yang menjadikan Buttonscarves diminati di masyarakat. Keunggulan produk-produk Buttonscarves dengan kompetitor lainnya yaitu memiliki desain yang unik tidak pasaran, menggunakan bahan yang premium, serta, untuk produk hijab menggunakan bahan yang mudah diatur/dibentuk, nyaman dipakai, tidak mudah kusut meski tanpa setrika, dan tidak transparan, serta logo Buttonscarves yang tersemat disetiap produknya (Irianto, 2019).

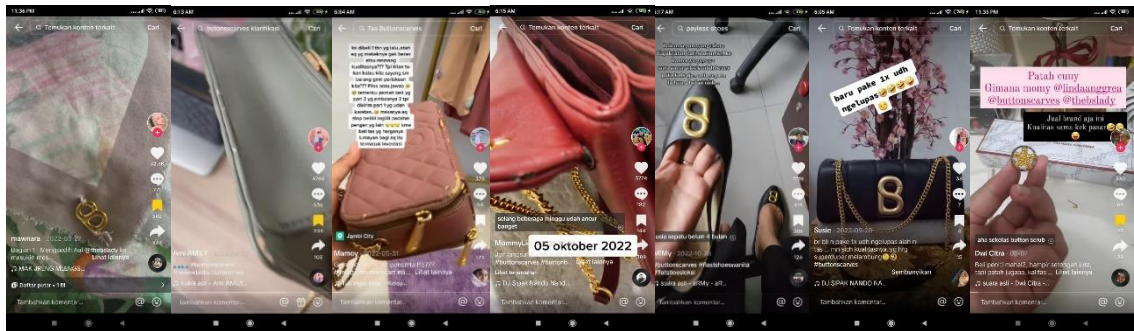


Gambar 1. 1 Produk Buttonscarves

Sumber: [Buttonscarves Official Website](#)

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa konsumen Buttonscarves menunjukkan bahwa, Buttonscarves memiliki karakteristik dimana menggunakan bahan yang berkualitas baik, motif yang eksklusif, dan *branding* yang kuat, serta logo B sebagai ciri khas produknya. Umumnya pada produk hijab, bahan yang digunakan tidak mudah kusut, dan tetap *on point* saat dipakai meskipun tanpa disetrika. Di sisi lain, peneliti menemukan keluhan

konsumen terhadap produk Buttonsscarves. Berikut beberapa tangkapan layar video keluhan konsumen Buttonsscarves.



Gambar 1. 2 Tangkapan layar video keluhan konsumen produk Buttonsscarves

Sumber: Tiktok Official

Gambar diatas merupakan beberapa tangkapan layar video keluhan konsumen mengenai kualitas produk yang diunggah di masing-masing akun pribadi konsumen. Konsumen mengeluhkan pemakaian dalam jangka pendek, namun, kualitas yang diberikan tidak sebanding dengan harga jual produk tersebut. Hal ini merupakan keterangan dalam *voice over* video yang di unggah akun pribadi masing-masing konsumen tersebut. Meskipun adanya keluhan akan produk Buttonsscarves, tetapi tingkat peminat produk Buttonsscarves terus mengalami peningkatan. Hal ini didasari dari perkumpulan konsumen Buttonsscarves yang setiap tahunnya bertambah. Pada *official account* Instagram @theblady menunjukkan bahwa di tahun 2022 bulan agustus saat *event* perkumpulan komunitas konsumen Buttonsscarves yang disebut (BS Lady) tersebar di 18 kota, dihadiri 3000 konsumen Buttonsscarves, dan di bulan desember, adanya *event Modinity Warehouse* dihadiri hingga 5000 konsumen Buttonsscarves. Kini di tahun 2023, konsumen Buttonsscarves (BS Lady) sudah tersebar hingga 21 kota di Indonesia dan juga Malaysia. Hal ini terlihat bahwa adanya peningkatan minat akan produk Buttonsscarves dan juga adanya keluhan terhadap produk Buttonsscarves ini menjadikan peneliti ingin melihat faktor tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Buttonsscarves.

Hasil penelitian sebelumnya yang diteliti oleh (Ramdhani, 2019) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan konsumen. Dengan demikian, adanya indikator kepuasan

konsumen yaitu, kualitas produk, dan harga, serta indikator kualitas produk yang digunakan yaitu kenyamanan, ketahanan, model/desain, dan kualitas bahan digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen yang didasari hal-hal tersebut diatas dan fenomena yang terjadi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Buttonscarves**”

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan kualitas produk Buttonscarves?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan harga produk Buttonscarves?

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang dan identifikasi masalah, maka permasalahan - permasalahan yang dikaji pada penelitian ini perlu dibatasi pada:

1. Konsumen Buttonscarves yang pernah membeli atau memiliki salah satu produk Buttonscarves.
2. Produk Buttonscarve yang di teliti hanya berupa produk *fashion* yaitu: hijab, tas, dan pakaian.
3. Indikator tingkat kepuasan mencakup kualitas produk, dan harga.
4. Kualitas produk yang diukur melalui *performance quality*, yaitu kenyamanan, ketahanan, model/desain dan kualitas bahan.
5. Harga yang diukur melalui kesesuaian harga dengan kualitas.



#### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut: “*tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Buttonscarves*”?.

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk Buttonscarves.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap harga Buttonscarves.

#### 1.6 Manfaat Penelelitian

Manfaat penelitian ini adalah untuk menghasilkan suatu simpulan mengenai:

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan dalam memperluas pandangan tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas produk

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pembaca berupa pengetahuan dan pengembangan ilmu khususnya dalam bidang bisnis. Dan juga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan refrensi untuk penelitian selanjutnya.