

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era berkembang seperti sekarang, sejarah mode memberi kesempatan untuk mengetahui wujud busana manusia dari masa ke masa. Tentu saja hal ini dapat memberikan banyak manfaat apabila memahami pengetahuan ini. Terutama bagi para produsen karena sejarah mode merupakan sumber inspirasi apabila memerlukan ide baru bagi perkembangan kreatifitas. Disamping itu pengetahuan sejarah mode akan memperluas wawasan dan memungkinkan memproyeksikan diri dalam alur sejarah masa kini dan masa depan.

Peradaban manusia telah mengalami kemajuan hingga detik ini. Globalisasi berdampak juga pada banyak hal. Salah satunya adalah dunia *fashion*. *Fashion* sendiri adalah istilah umum untuk gaya populer, khususnya di pakaian, sepatu, atau aksesoris. Mode referensi untuk sesuatu yang trend saat ini dalam tampilan seseorang. Dengan adanya perkembangan *fashion*, setiap manusia terutama kaum hawa berusaha untuk tidak ketinggalan menggunakan baju yang sedang trend masa kini.

Perkembangan dunia *fashion* yang disebut mode ini telah mengalami jaman revolusi yang pesat di Indonesia. Dengan adanya perkembangan tersebut telah membuat banyak orang mendirikan departemen store. Gaya-gaya dan *style* fashion pun menjadi syarat-syarat penting untuk para wanita yang juga sebagian besar adalah pelajar. Perubahan-perubahan yang terjadi ini menghasilkan dampak

baik positif maupun negatif. Salah satu dampak positif dari fashion tersebut adalah dapat selalu terlihat manis dengan pakaian dan aksesoris yang dikenakan.

Dunia *fashion* yang berkembang di Indonesia begitu cepat. Awalnya, baju busana muslim hanya dianggap sebagai baju bagi umat muslim tanpa pernah dipedulikan sebagai bagian dari *fashion*. Namun, designer *Islamic fashion* di Indonesia terus berusaha dengan memberikan karya yang terbaik hingga akhirnya mulai diterima oleh khalayak *fashion* (Hijup.com). Menurut wawancara dengan pemilik Dannis Collection, Ibu Tati Hartati berpendapat bahwa bila berbicara mengenai model busana muslim memang tidak akan pernah ada habisnya, inovasi selalu dirancang oleh perancang busana muslim agar dapat selalu bersaing dipasaran. Di era akhir tahun 90an busana muslim mengalami inovasi serta bentuk model yang lebih *fashionable*. Bila membahas tentang gaya busana muslim, untuk menarik pelanggan, para produsen memadukan busana muslim dengan *fashion* pada umumnya, maka terciptalah model-model yang berbeda dari masing-masing pembuat busana muslim.

Dannis Collection salah satu merk atau produk busana muslim ini memang sangat dikenal di masyarakat, khususnya di kota Pahlawan Surabaya. Tati Hartati adalah pengusaha wanita sebagai perintis, pengelola dan juga menjadi roda kendali Dannis Collection. Berdiri pada tahun 1996, Dannis Collection lebih menuangkan konsep produknya. Pada awal tahun 2003, Dannis Collection mencoba menggarap segmen untuk kalangan remaja dan orang tua.

Adapun kompetitor dari busana muslim Dannis pada dasarnya hampir semua produk pasti berhadapan dengan kompetitor, begitu pula dengan baju

muslim untuk anak dan dewasa Dannis harus siap bersaing dengan pakaian-pakaian muslim lainnya.

Keke adalah pesaing baju muslim Dannis dalam memproduksi baju muslim anak. Karena` Keke memproduksi model baju muslim yang hampir mirip dengan Dannis, mulai dari segi model hingga aplikasi yang ditempel di baju muslim anak, namun dari segi kualitas kain, busana muslim Keke kurang memperhatikannya sehingga kain dari busana Keke mempunyai tingkat kualitas yang rendah, begitu pula dengan harga, busana muslim ini lebih di khususkan untuk masyarakat kalangan kelas menengah hingga menengah kebawah.

Rumah Dannis didirikan oleh Ibu Wiwin Suharyani sejak tahun 1997. Produk busana muslim Dannis mencoba mengusung tema busana muslim agar menjadi pakaian favorit keluarga yang cocok digunakan untuk seragam sekolah ataupun berpergian. Produk yang dijual di Rumah Dannis meliputi baju busana muslim anak laki-laki dan perempuan usia 0-12 tahun, remaja pria (koko) dan wanita (abaya) usia 13-19 tahun, usia 20-65 tahun baik pria maupun wanita, mukenah (rukuk untuk sholat) anak dan ibu, hijab atau kerudung untuk anak dan dewasa, kaos untuk bapak, ibu dan anak. *Showroom* Rumah Dannis berada di Jalan Pakis Tirtosari VII no 8 Surabaya. Ada pula pemasaran yang dilakukan oleh Rumah Dannis adalah dengan mengikuti pameran yang ada di mall yang berkelas menengah keatas. Selain itu juga dapat melalui *agent*, disini *agent* dapat memasarkan produk Dannis melalui katalog produk dari Rumah Dannis. Segmen Rumah Dannis mencakup segmen menengah keatas. Didalam menciptakan dan memasarkan produk Dannis sangat mengedepankan hal penting.

Penelitian Hellier *et al.*, 2003 (dalam Margee Hume and Gillian Sullivan Mort 2008:170) telah mengkonfirmasi temuan sebelumnya bahwa Niat Beli Ulang adalah sebuah kekuatan yang sangat berharga dalam pengembangan probabilitas dan keberlanjutan masa depan perusahaan.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN BAJU DI RUMAH DANNIS TAHUN 2010-2014

Tahun	Jumlah Penjualan Barang (lembar baju)
2010	27.297
2011	32.791
2012	34.791
2013	38.246
2014	42.096

Sumber : Pemilik Rumah Dannis (2015)

Berdasarkan tabel diatas dapat terlihat peningkatan jumlah pengambilan barang dari tahun 2010 hingga 2014. Hal ini menunjukkan terdapat niat beli ulang produk Rumah Dannis di Surabaya.

Menurut Yu *et al* (2011:480) kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberhasilan perusahaan seperti yang diasumsikan sebagai penggerak utama fenomena pasca pembelian, seperti Niat Beli Ulang. Bayus dalam (Tjiptono 2008:21) mendukung pernyataan sebelumnya dengan mengatakan bahwa pelanggan merasakan tingkat kepuasan atau ketidak puasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya seperti pembelian ulang. Dengan kata lain, ketika kepuasan pelanggan meningkat, maka pembelian ulang bisa lebih sering. Kepuasan pelanggan dapat berupa perasaan senang ataupun kecewa ataupun marah tergantung dari sejauh mana harapan para pelanggan terpenuhi.

Berdasarkan wawancara dengan 30 pelanggan Rumah Dannis diperoleh hasil bahwa mereka puas terhadap layanan Rumah Dannis.

Menurut Tjiptono (2008:26) selain kualitas barang atau jasa yang dibeli, faktor penentu kepuasan terhadap produk atau jasa yang sering digunakan pelanggan adalah aspek Kualitas Layanan. Kualitas Layanan mengacu pada persepsi sejauh mana layanan di Rumah Dannis Jl. Pakis Surabaya memenuhi harapan pelanggan. Dalam hal kualitas layanan, Rumah Dannis Surabaya sangat memperhatikan hal tersebut dimana Rumah Dannis di Jl. Pakis Surabaya menyediakan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, serta mendidik para karyawannya agar selalu menjaga etika serta bersikap ramah kepada pelanggan. Dengan kualitas layanan yang baik diharapkan pelanggan menjadi sangat puas atas layanan yang telah diberikan dan berniat untuk melakukan pembelian ulang (wawancara dengan pemilik Rumah Dannis).

Dalam penelitian hubungan antara nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan, studi empiris konvensional menemukan bahwa nilai yang dirasakan secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan (Eggert & Ulaga, 2002). Dalam hal ini, nilai yang dirasakan yang dirasakan pelanggan setelah memberi produk Rumah Dannis memberi point penting bagi keberhasilan usaha dari bisnis tersebut. Karena dengan terciptanya nilai yang dirasakan yang dirasakan oleh pelanggan maka tingkat pembelian pun semakin meningkat. Seperti contoh Rumah Dannis harga produk yang di berikan kepada pelanggansesuai dengan kualitas produk dan kualitas layanan yang diberikan. Harga busana muslim Dannis untuk anak laki-laki dan perempuan 0-13 tahun dengan harga Rp. 100.000 – Rp. 300.000, untuk

kemeja pria (koko) dan wanita (gamis) dengan kisaran harga Rp. 200.000 – Rp. 300.000, serta baju busana muslim untuk dewasa baik pria (koko) dan wanita (gamis) berkisar antara Rp.250.000 – Rp.350.000 (wawancara dengan pemilik Rumah Dannis, www.rumahdannis.com 2015).

1.2 Perumusan Masalah

Dari Latar Belakang yang telah dijabarkan, maka permasalahan penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah faktor Kualitas Layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli Ulang pelanggan?
2. Apakah Nilai Yang Dirasakan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli Ulang pelanggan?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli Ulang pelanggan?
4. Apakah Kepuasan Pelanggan, Nilai Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh Kualitas Layanan terhadap Niat Beli Ulang pelanggan di Rumah Dannis Surabaya.
2. Untuk menguji pengaruh Nilai Yang Dirasakan terhadap Niat Beli Ulang pelanggan di Rumah Dannis Surabaya.
3. Untuk menguji pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Beli Ulang pelanggan di Rumah Dannis Surabaya.

4. Untuk menguji Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Yang Dirasakan, dan Kepuasan Pelanggan secara simultan terhadap Niat Beli Ulang pelanggan di Rumah Dannis Surabaya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perguruan Tinggi

penelitian ini diharapkan dapat menjadi dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan bagi civitas akademik dan dapat memperkaya konsep atau teori yang mendukung perkembangan ilmu pengetahuan manajemen pemasaran, khususnya yang terkait dengan pengaruh kualitas layanan, nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada niat beli ulang pelanggan Rumah Dannis Surabaya.

2. Bagi Perusahaan Rumah Dannis Surabaya

Hasil penelitian ini dapat dipergunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan yang berkaitan dengan produknya dan loyalitas pelanggan untuk berniat membeli ulang di Rumah Dannis Surabaya.

3. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk menerapkan dan mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama masa studi dan untuk menambah pengetahuan dalam bidang pemasaran terutama yang berkaitan dengan kualitas layanan, nilai yang dirasakan terhadap kepuasan pelanggan suatu produk.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah penulisan skripsi ini, peneliti membagi bab-bab secara teratur dan sistematis agar mudah dibaca dan dipahami oleh Pembaca. Dengan demikian, pembahasan dilakukan secara sistematis, bertahap dan terperinci pada tiap bab dan sub babnya. Adapun sistematika penulisan proposal ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas secara umum mengenai : Latar Belakang, Perumusan masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian serta sistematika penulisan proposal.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas penelitian selanjutnya kerangka teori yang ada hubungannya dengan tujuan penulisan proposal ini, serta teori yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti dan kerangka pemikiran serta tentang hipotesis penelitian .

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data serta teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN

Bab ini akan memuat kajian keterkaitan antara hasil, teori dan hipotesis berdasarkan penalaran penulis. serta pembahasan tentang rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan penelitian dari hasil analisis data yang dilakukan. Selain itu juga dituliskan mengenai keterbatasan penelitian dan beberapa saran untuk penelitian yang akan datang