

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gresik memang terkenal dengan sebutan Kota Santri terbukti dengan banyaknya makam-makam para orang alim, terutama di area Manyar terdapat pusat pendidikan ajaran agama Islam pondok pesantren. Umumnya masyarakat Islam sendiri masih menganggap bahwa kerudung merupakan busana eksklusif yang hanya dipakai oleh kalangan santri di pondok pesantren atau siswi pada sekolah agama. Tetapi sekarang kerudung telah menyebar luas ke segenap lapisan masyarakat, baik santri, pelajar, mahasiswa, pegawai, ibu rumah tangga, maupun para wanita karir, di desa maupun di kota-kota besar (<http://www.dakwatuna.com> diakses Senin, 12 Januari pukul 14:21)

Fenomena kerudung selalu muncul dengan berbagai ekspresi dan pesan dibelakangnya. Apalagi seiring perkembangan ilmu pengetahuan kerudung menjadi wacana yang selalu hangat diperbincangkan dan menjadi kontroversi di kalangan masyarakat. Kerudung bagi umat muslim khususnya muslimah merupakan suatu kewajiban yang disyariatkan oleh agama. Tidak bisa dipungkiri bahwa mengenakan kerudung pada saat ini tidak bisa dipisahkan dari fashion. *Fashion* sebagai bagian dari budaya, mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain media. Salah satu bentuk mode pakaian yang sedang populer saat ini adalah *trend* kerudung yang sedang mengalami peningkatan, kerudung tak hanya sekedar sebagai penutup aurat wanita akan tetapi telah menjadi *trend* busana yang digemari

masyarakat. Penelitian yang dilakukan Fedwa El Guindi yaitu, Kerudung merupakan fenomena yang kaya dan penuh makna. Kerudung berfungsi sebagai bahasa yang menyampaikan pesan-pesan sosial dan budaya (<http://rahima.co.id> diakses Selasa, 18 November 2014 Pukul 12:30).

Rabbani merupakan profesor kerudung Indonesia dengan mengeluarkan produk andalan berupa kerudung instan. Kerudung Rabbani ini memiliki ciri khas pada kerudungnya dengan adanya tanda R dibagian depan kerudung jadi terkesan indah dan simpel dan tidak membutuhkan waktu yang lama untuk memakainya, peminatnya sangat besar dari kalangan anak-anak remaja hingga ibu-ibu dewasa karena dari segi harga pun terjangkau dan tidak ribet. Kerudung Rabbani juga mempunyai kualitas yang sangat bagus dengan menggunakan bahan dasar kaos tidak mudah gerah kalau dipakek, dan warnanya juga tidak cepat pudar (<http://www.rabbani.co.id> diakses Jum'at, 09 Januari 2015 pukul 14:23).

Rabbani memiliki beragam kerudung dan terus memberikan yang terbaik untuk kepuasan pelanggan. Kerudung Rabbani saat ini beraneka ragam mengingat perkembangan konsumen yang semakin meningkat. Sejumlah item-item produk Rabbani mulai meningkat dari segi penjualan di kalangan remaja semenjak dipegang oleh Fatin Shidqia Lubis yang turut mendongkrak penjualan kerudung Rabbani tersebut (<http://www.tribunnews.com> diakses Rabu, 19 November 2014 pukul 18:59). Perkembangan Rabbani di Gresik juga mengalami peningkatan dengan omset yang dihasilkan Rabbani setiap tahunnya, peningkatan itu dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Data Omset Rabbani Gresik 2013-2014

Bulan	2013	2014
Januari	10,207,740	197,543,540
Februari	37,546,110	42,289,900
Maret	32,211,970	109,095,205
April	21,639,280	103,279,800
Mei	64,835,025	92,602,650
Juni	50,545,600	126,131,175
Juli	99,540,465	220,708,225
Agustus	73,988,865	213,623,125
September	67,745,475	87,305,450
Oktober	105,754,535	97,046,700
November	104,003,650	57,127,200
Desember	154,954,055	76,216,875
Jumlah	822,972,770	1,422,969,845

Sumber: Store Manager Gresik, 13 Januari 2015

Dari data yang tertulis di atas tingkat omset yang dihasilkan Rabbani perbulan masih mengalami kenaikan dan penurunan. Tetapi secara keseluruhan tiap tahunnya Rabbani mengalami kenaikan dilihat dari tahun 2013 omset yang didapat mencapai 822,972,770 sedangkan di tahun 2014 omset Rabbani mulai meningkat pesat sebanyak 1,422,969,845. Peneliti memilih kerudung Rabbani karena dari segi pemasarannya dan kualitasnya sangat baik terbukti dengan jumlah omsetnya yang pertahun mengalami peningkatan. tidak bisa diragukan lagi bahwa peminat Rabbani memang sangat besar. Ini didukung dari survei awal yang dilakukan oleh peneliti di Kecamatan Manyar Gresik dari 100 orang yang di survei 75 orang yang menggunakan Rabbani atau 75 % pengguna Rabbani dan 25% menggunakan merek lain diantaranya Pasmira, Elzatta, Zoya, Pashmina dan Paris Motif. Sumber: Data Primer 05 Februari 2015

Ditengah persaingan bisnis sekarang ini sangat dibutuhkan suatu kecerdikan dari seorang pengusaha bagaimana seorang konsumen bisa tertarik

pada keputusan pembelian ulang. Produk yang ingin dipasarkan secara umum seharusnya bersifat lebih bagus, bermutu tinggi dan memiliki diferensiasi kuat, sehingga pelanggan dapat membedakan mana produk kualitasnya bagus dibandingkan dengan produk lain meski produk tersebut banyak yang sejenis. Akan tetapi dengan bagusnya mutu produk cara pemasarannya juga bisa membawa dampak positif terhadap konsumen yaitu keputusan pembelian ulang. Swasta dan Irawan (2001;26) dalam Sagita, (2012) menyatakan pembelian ulang merupakan pembelian yang pernah dilakukan oleh pembeli terhadap suatu produk yang sama dan akan membeli lagi untuk kedua atau ketiga kalinya. Keputusan pembelian ulang sendiri adalah ketika konsumen memutuskan untuk membeli kembali sebuah produk yang bisa saja didasarkan pada persetujuan konsumen bahwa produk tersebut memenuhi apa yang diinginkan mereka.

Peran kualitas dari sebuah produk memiliki banyak fungsi, karena produk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dalam banyak cara. Disinilah pemasar harus membangun kreatifitas tinggi untuk membuat produk yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan yang berbeda-beda. Oentoro, (2012;128) menyatakan kualitas produk adalah menunjukkan ukuran tahan lamanya produk yang dapat dipercayai atau ketepatan (*precision*) produk, dari segi pandangan pemasaran kualitas diukur dalam ukuran persepsi pembeli tentang mutu atau kualitas produk tersebut.

Untuk memenangkan persaingan kerudung Rabbani harus menjadi pilihan utama bagi konsumen, dan menjadikan konsumen loyal terhadap produk mereka. Merek yang akan sering dibeli oleh konsumen biasanya merek yang dipercaya

oleh konsumen. Ryan, (2002) Kepercayaan terbangun karena adanya harapan bahwa pihak lain akan bertindak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Ketika seseorang telah mempercayai pihak lain maka mereka yakin bahwa harapan akan terpenuhi dan takakan ada lagi. Hal ini menggambarkan bahwa seorang pelanggan yang memiliki kepercayaan terhadap suatu merek akan mencoba untuk berbagi resiko dalam menggunakan merek yang sama.

Dalam memutuskan pembelian pengguna kerudung Rabbani harus menciptakan citra merek yang baik di mata konsumennya. Schiffman dan Kanuk (2008;158) menyatakan citra merek yang positif berkaitan dengan kesetiaan konsumen, kepercayaan konsumen mengenai nilai merek yang positif, dan kesediaan untuk mencari merek tersebut. Citra merek yang positif juga membantu meningkatkan minat konsumen pada promosi merek di masa yang akan datang dan memperkuat posisi dalam menghadapi berbagai kegiatan pemasaran pesaing.

Peneliti memilih lokasi di Kecamatan Manyar Gresik karena lokasinya yang strategis, mudah terjangkau dan berdekatan dengan Pondok Pesantren berbasis santri jadi banyak wanita muslimah yang memakai kerudung sehingga peneliti dapat lebih mudah mencari informasi tentang pembeli sekaligus pengguna kerudung Rabbani.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat dirumuskan masalah yang akan di bahas kemudian yaitu:

1. Apakah kualitas produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik?

2. Apakah kepercayaan merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik?
4. Apakah kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek terhadap keputusan pembelian ulang kerudung merek Rabbani di Kecamatan Manyar Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan, manfaat yang ingin diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Menambah pemahaman tentang kualitas produk, kepercayaan merek dan citra merek yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang.
2. Memberi kesempatan pada peneliti untuk menerapkan ilmu Manajemen Pemasaran yang telah diperoleh dipelajari dalam menjalani perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Dapat memberikan tambahan Refrensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan tema penelitian ini.