

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Rata-rata penduduk Indonesia menganut agama Islam, dengan latar belakang ini menjadikan kebutuhan akan pakaian muslim sangat besar dan sangat menjadi prioritas utama untuk para kaum muslimah. Dalam hal ini diiringi dengan perkembangan pakaian muslim yang semakin beragam. Kesempatan untuk para produsen pakaian muslim untuk selalu menciptakan inovasi fashion muslim secara terus-menerus.<sup>1</sup>

Inovasi yang keluar dari daya fikir kreatif para produsen sangat dituntut agar dapat menyangi para produsen muslimah lainnya. Inovasi tersebut bukan hanya pada mode pakaian namun juga dalam strategi pemasaran yang membuat konsumen tertarik dalam membeli produk tersebut, hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai cara penjualan produk yang memberikan kemudahan bagi konsumen. Salahsatunya penjualan melalui internet atau sosial media. Produsen dituntut harus mengikuti teknologi yang semakin berkembang dan harus bisa membaca keinginan setiap konsumen.<sup>2</sup>

Rabbani adalah perusahaan garment yang bergerak dalam bidang retail busana muslim dengan tagline Professor Kerudung Indonesia. Rabbani yaitu salahsatu perusahaan kerudung instan pertama dan terbesar di Indonesia dengan

---

<sup>1</sup> <http://www.Pengusahamuslim.com> (diakses pada tanggal 03 maret 2020)

<sup>2</sup> Daryanto. *Sari kuliah manajemen pemasaran*. (2011). Bandung. Satu Nusa. Hlm.89

menegeluarkan produk andalan berupa kerudung instan dan produk lain yang juga telah dikembangkan yaitu busana muslim diantaranya kemko, tunik, kastun, serta perlengkapan lainnya seperti inner, sejadah, mukenna dan aksesoris.<sup>3</sup>

Rabbani yaitu professor kerudung terbesar di Indonesia, yang outlet-outletnya tersebar di seluruh Indonesia. Dari pengamatan sementara yang peneliti lakukan di Rabbani. Dari masalah harga, rabbani termasuk kategori mahal dalam setiap produknya dibandingkan dengan harga di tempat lain yang menjual produk sejenis. Namun, Rabbani selalu diminati banyak kalangan, dan tergolong laris di pasaran. Rabbani kukuh bertahan dalam persaingan pemasaran, meskipun harga yang ditawarkan diatas rata-rata sebuah produk dipasaran.

Untuk menarik calon pembeli dari Rabbani, ada berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Rabbani. Penelitian ini menggunakan faktor persepsi konsumen terhadap harga jual. Harga merupakan salah satu faktor utama konsumen dalam mempertimbangkan keputusan belinya bahwa harga suatu produk sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk serta keputusan konsumen untuk membeli suatu produk.<sup>4</sup>

Keputusan membeli merupakan tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk tersebut. berdasarkan berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa,

---

<sup>3</sup> [www.rabbani.co.id](http://www.rabbani.co.id) (diakses pada tanggal 03 maret 2020)

<sup>4</sup> Bayu Pramutoko. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya. (2014). Jenggala Pustaka Utama. Hlm.130

biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat.<sup>5</sup>

Keputusan membeli produk Rabbani oleh mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai hal yang mendasari keputusan mereka membeli produk Rabbani. Kepuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Dimana, pelayanan yang diberikan oleh Rabbani sangat ramah, dan baik sehingga konsumen merasa puas dan memiliki keputusan membeli produk Rabbani. Hal lain yang mendasari keputusan membeli adalah harga yang ditawarkan.<sup>6</sup>

Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan penting bagi pengecer, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan berapa banyak uang yang akan diperoleh. Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi perusahaan sekaligus kepuasan bagi konsumen.<sup>7</sup>

Harga yang ditawarkan oleh Rabbani bisa dijangkau oleh mahasiswa sehingga Rabbani banyak digunakan oleh mahasiswa. Harga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen membeli produk Rabbani. Akan tetapi, mahasiswa cenderung lebih memilih jilbab yang harganya relatif lebih murah dibandingkan Rabbani karena sesuai uang saku.<sup>8</sup>

Produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan

---

<sup>5</sup> <http://www.Pendidikanekonomi.com/2012/20/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen/html> (diakses pada 15 agustus 2020)

<sup>6</sup> Bayu Pramutoko. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya. (2014). Jengala Pustaka Utama. Hlm.222

<sup>7</sup> Maharani Vinci. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung. (2009). Hlm.129

<sup>8</sup> Maharani Vinci. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung. (2009). Hlm.110

keinginan atau kebutuhan. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa hampir semua yang termasuk produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan dirasakan.<sup>9</sup>

Produk Rabbani ini memiliki bahan dan motif yang bagus dan menarik oleh sebab itu di minatin oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum yang mayoritas menggunakan hijab. Sebagian mahasiswa memilih produk Rabbani dikarenakan produknya yang lebih modern dimasa sekarang, hal ini disebabkan oleh peran dari merk Rabbani tersendiri bagi hijabers community dengan model-model hijab yang sering digunakan oleh hijaber community. Produk Rabbani memiliki model-model dan corak yang sangat sesuai dengan gaya anak muda di masa sekarang.<sup>10</sup>

Dalam keputusan pembelian oleh mahasiswa harga dan produk menjadi salahsatu pertimbangan untuk membeli produk Rabbani. Harga yang dapat dijangkau oleh mahasiswa maka pembelian atas produk tersebut mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan untuk menggunakan produk tersebut.<sup>11</sup> Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, motif yang menarik, model yang modern maka pembelian terhadap produk menjadi lebih banyak.<sup>12</sup>

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan di dalam latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli produk, sehingga judul yang diambil dalam

---

<sup>9</sup> <http://www.pengertianahli.com/2014/05/pengertian-produk-dan-jenis-produk/html> (diakses pada tanggal 15 agustus 2020)

<sup>10</sup> Maharani Vinci. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung. (2009). Hlm.98

<sup>11</sup> Maharani Vinci. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung. (2009). Hlm.212

<sup>12</sup> Maharani Vinci. *Manajemen Bisnis Eceran*. Bandung. (2009). Hlm.129

penelitian ini adalah *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Rabbani Pada Mahasiswa Angkatan 2016 Fakultas Syari'ah Dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung.*

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan membeli produk Rabbani?
2. Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani?
3. Bagaimana pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani?

Dengan adanya Batasan Penelitian, Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan tidak terlalu meluas, maka penulis memberikan batasan masalah, adapun permasalahan dalam skripsi ini sebagai berikut:

1. Hal yang diteliti adalah harga, produk dan keputusan membeli produk.
2. Penelitian ini ditujukan kepada mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum angkatan 2016.

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan membeli produk Rabbani.
- b. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani.
- c. Untuk mengetahui pengaruh harga dan produk terhadap keputusan membeli produk Rabbani.

## **2. Kegunaan Penelitian**

### **a. Bagi Penulis**

Peneliti ini berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan menambah wawasan penelitian tentang pemasaran khususnya perilaku konsumen.

### **b. Bagi Civitas Akademika**

Hasil penelitian dapat dijadikan salah satu sumber referensi untuk selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relative sama. Penelitian ini diharapkan dapat memacu penelitian selanjutnya yang lebih baik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Kemudian Sebagai bahan referensi pengetahuan mahasiswa tentang keputusan pembelian produk. Mahasiswa diharapkan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli.

