

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam. Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (KEMENDAGRI) sebanyak 86,9% jumlah penduduk Indonesia menganut agama Islam pada tahun 2021. Dari jumlah tersebut banyak diantaranya yang gemar berolahraga demi menjaga kesehatan tubuhnya, ada pula yang berhasil sampai menjadi atlet nasional. Namun bagi seorang Muslimah (wanita muslim) terdapat kendala ketika ingin melakukan aktivitas olahraga, dikhawatirkan tidak dapat menjaga auratnya.

Jaman yang semakin canggih dan modern menyebabkan inovasi pada model hijab maka muncullah bermacam-macam *brand* hijab yang mampu menunjang aktivitas olahraga. Hijab yang dikhususkan untuk kegiatan olahraga ini memiliki bahan yang lebih lentur, mampu menyerap keringat, dan cepat kering jika dibandingkan hijab konvensional. Hal itu bertujuan membuat wanita menjadi lebih nyaman dan lebih leluasa saat bergerak. Dan wanita muslim tetap dapat melakukan kegiatan olahraga dengan nyaman dan tidak memperlihatkan auratnya.

Di Indonesia ada beberapa *brand* hijab yang mengeluarkan hijab khusus untuk menunjang kegiatan olahraga, diantaranya Duraking Hijab Sport, Sporte Sport Hijab Muslimah, Yucca Modest Hijab Olahraga, Ortuseight Active Hijab, Diario Hijab Sport, Hitjab Vest Sport, Reyd Active Hijab Olahraga, Noore Sport, dan masih banyak lagi.

Semua *brand* tersebut bersaing demi mendapatkan pelanggan. Bersaing dengan menunjukkan keunggulan-keunggulan yang dimiliki. Persaingan tersebut juga biasanya terdapat pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan. Karena pelanggan selalu melihat kedua hal tersebut untuk diperbandingkan.

Salah satu *brand* hijab *sport* tersebut adalah bagian dari *brand* hijab yang terkenal sehingga *brand* tersebut mendapatkan nilai tambah karena berada dibawah naungan *brand* hijab besar yaitu dibawah naungan Elzatta. *Brand* tersebut adalah Noore Sport. Noore Sport / Noore (nu-rhe) didirikan pada tahun 2016 di Bandung – Indonesia. Interpretasi Noore Sport dari *the latest capsule collection* didedikasikan untuk wanita muslim yang menyukai fashion urban *sport* sederhana yang memberikan banyak ruang untuk kebebasan dan juga ekspresi dan berani tampil beda. Noore juga mendukung atlet-atlet Indonesia di berbagai cabang olahraga seperti Official Sports Hijab untuk Taekwondo, Pencak Silat, Skateboard, Handball, dan Sport Climbing.

Noore Sport banyak direkomendasikan bagi wanita muslim yang sedang mencari hijab *sport*. Akan tetapi banyak direkomendasikan tidak menjanjikan loyalitas pelanggan. Bahkan untuk sebagian orang Noore Sport terasa asing. Peneliti melakukan survei awal untuk mengetahui seberapa besar *brand* Noore Sport terkenal di masyarakat, dan hasilnya dari 100 orang yang menyukai kegiatan olah raga dan mengetahui *brand* Noore Sport sebesar 68%. Angka tersebut cukup tinggi karena lebih dari 50%. Maka untuk meningkatkan loyalitas pelanggan ada dua hal yang akan menarik pelanggan untuk tetap setia

pada produk tersebut ialah kualitas produk dan harga. Semakin banyak pelanggan yang setia maka semakin terkenal *brand* tersebut. Seberapa terkenal suatu *brand* pun dapat dilihat melalui pengikut di media sosial *brand* tersebut.

Tabel 1. 1
Perbandingan Jumlah Pengikut Media Sosial pada Akun Resmi

Nama <i>Brand</i>	Pengikut Media Sosial
Noore Sport	±116.000 Pengikut
Duraking	±24.800 Pengikut
Yucca Modest	±32.700 Pengikut

Sumber: www.instagram.com

Dilihat dari tabel, jumlah pengikut media social *brand sportwear* muslim Noore Sport lebih unggul dari para pesaingnya. Dan dapat dikatakan pelanggan Noore Sport kurang lebih berada pada angka tersebut. Penjualan item *sportwear* Noore Sport pun sudah terjual kurang lebih 5000 item produk yang terjual secara online pada *market place online shop* seperti Shopee dan Tokopedia.

Sebuah produk, secara luas, adalah kumpulan kualitas fisik dan tidak berwujud, seperti warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan layanan yang diberikan oleh produsen dan pedagang yang mungkin diterima oleh pelanggan sebagai memuaskan keinginan atau persyaratan mereka. Apa pun yang dapat disediakan ke pasar untuk dipertimbangkan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memenuhi permintaan dan kebutuhan adalah produk, menurut definisi umum. Semakin baik puas

pelanggan akan suatu produk menunjukkan semakin baik kualitas produk tersebut. Selain kualitas produk, harga juga dapat mempengaruhi apakah produk tersebut *worth it* atau tidak (Saladin, 2007).

Harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai bentuk transaksi untuk mendapatkan barang atau jasa. Di mata pelanggan, harga juga dapat dipertimbangkan untuk menentukan nilai suatu produk. Dalam pemasaran, harga memainkan fungsi strategis yang penting. Bila harga terlalu mahal dan tidak ditunjang dengan kualitas maka pasar sasaran atau bahkan *customer value* menjadi rendah. Ketika suatu produk dapat memenuhi kualitas produk yang baik dengan harga yang sesuai maka akan tercipta loyalitas pelanggan (Saladin, 2007).

Berikut ini adalah perbandingan harga Noore Sport dan *brand-brand* hijab sport lainnya:

Tabel 1. 2
Perbandingan Harga *Brand* Hijab Sport

Nama <i>Brand</i> Hijab Sport	Harga
Noore Sport	Rp. 99.000-Rp. 179.000,-
Duraking Hijab Sport	Rp. 72.000- Rp. 210.000,-
Yucca Modest	Rp. 89.000-Rp. 199.000,-

Sumber: Market Place Official Brand

Dilihat dari tabel perbandingan harga tersebut Noore Sport harga terendah sebesar Rp. 99.000,- untuk itu Noore Sport target pasarnya adalah menengah keatas.

Menurut (Oliver, Whence Consumer Loyalty, 1999) meskipun pengaruh faktor eksternal pada upaya pemasaran memiliki potensi untuk mengubah perilaku konsumen, loyalitas mengacu pada janji pelanggan yang terus-menerus untuk memperbarui langganan mereka atau melakukan pembelian di masa depan atas barang atau jasa yang dipilih. Loyalitas digambarkan sebagai niat yang kuat untuk kembali ke item atau layanan yang dipilih di masa depan, di samping efek lingkungan dan upaya pemasaran untuk mengubah perilaku. Dengan kata lain, terlepas dari kemungkinan bahwa faktor situasional dan strategi pemasaran dapat mempengaruhi perilaku pelanggan, mereka akan tetap setia dan terus melakukan pembelian berulang secara terus menerus dan konsisten di masa depan.

Ketika kualitas produk dan harga dapat terpenuhi, dan mampu membuat pelanggan kembali membeli produk tersebut maka terciptalah loyalitas pelanggan. Dan untuk perusahaan harus bisa bersaing dengan menampilkan keunggulan-keunggulan produk dan harga yang sebanding. Ketika perusahaan sudah mendapatkan konsumen, langkah yang harus diambil oleh perusahaan selanjutnya bagaimana konsumen bisa menjadi pelanggan tetap nya dan mempertahankan loyalitas konsumen itu agar dapat berbelanja terus di Noore Sport berdasarkan hasil penelitian elinawati, dkk (2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil suzuki ertiga yang menyatakan kualitas produk dan harga dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dari teori-teori diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk dan harga memiliki dampak terhadap loyalitas pelanggan serta dengan teori tersebut, dapat diketahui pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan pada *brand* hijab *sport* Noore Sport. Oleh karena itu, peneliti memilih judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan *Brand Sportwear* Muslim (Studi kasus pada Konsumen Noore Sport).”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, terdapat beberapa masalah yang dapat teridentifikasi, yaitu:

1. Adanya kendala bagi seorang muslimah dalam beraktivitas olahraga
2. Adanya inovasi dibidang fashion pakaian muslimah yang dapat mendukung aktivitas olahraga
3. Banyaknya brand yang menyediakan hijab sporty yang menyebabkan tingginya persaingan di pasaran
4. Noore Sport menjadi brand sportwear yang lebih terkenal dibandingkan Duraking dan yucca Modest.
5. Noore Sport memiliki harga yang lebih murah dan kualitas yang cukup dibanding dengan pesaiannngnya.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang didapat berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya yaitu:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung secara parsial?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung secara parsial?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung secara simultan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Noore Sport di Kota Bandung.

E. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tujuan sehingga memiliki manfaat penelitian pula. Berikut ini manfaatnya:

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini mampu menambah wawasan dan pengetahuan mengenai manajemen khususnya manajemen pemasaran. Selain itu juga penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi bagi siapa saja yang bermaksud melakukan penelitian yang serupa.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi masyarakat yang akan mencari *brand* hijab *sport* dan semua perusahaan sejenis, sebagai dasar dalam melakukan pertimbangan mengenai strategi pemasaran yang dapat dilakukan agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dikalangan masyarakat/kosumen khususnya dikalangan konsumen di Kota Bandung.

