



## BAB I PENDAHULUAN

© Hak cipta milik IBIKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### A. Latar Belakang Masalah

Dunia mode merupakan satu hal yang memang tidak bisa dipisahkan dari sosok perempuan. Fashion, trend, dan make up menjadi hal-hal penting yang memenuhi kebutuhan perempuan setiap harinya. Fashion itu sendiri merupakan gaya hidup yang diaplikasikan dengan cara mengenakan aksesoris, pakaian, atau bahkan dalam bentuk tatanan rambut, dan make up. Perkembangan fashion dipengaruhi oleh gaya hidup beberapa negara di Eropa, terutama kota Paris yang merupakan pusat perkembangan fashion dunia. Di dalam perkembangannya, fashion biasanya menggunakan selebritis baik domestik maupun lokal, hingga pada akhirnya menjadi trend dalam ruang lingkup masyarakat.

Dengan dunia fashion yang semakin maju ini membuat banyak gerai-gerai toko baju baik yang berasal dari luar maupun dari dalam negeri antara lain N.Y.L.A, This is April, Executive, Pull&Bear, Stradivarius, Forever 21, Zara dan masih banyak toko baju yang lainnya. Toko baju saling melakukan persaingan satu sama lain. Produk *fashion* sudah banyak di dunia saat ini. Selain pakaian wanita, Zara juga memproduksi, sepatu, tas, dan aksesoris. Produk *fashionnya* tak memiliki ciri khas tertentu karena konsep fashion yang dijualnya mengikuti *fashion catwalk*. Namun tentu saja dengan harga jauh lebih terjangkau untuk kalangan menengah. Sekadar diketahui bahwa Zara menciptakan produknya berdasarkan gaya hidup, bukan kemewahan sehingga produknya sangat mudah dipadu-padankan dengan pakaian lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berikut ini Zara didirikan di bawah perusahaan Inditex oleh Armancio Ortega. Berdasarkan data *Forbes* yang dirilis pada Oktober lalu tahun 2015, nilai kekayaan Ortega sempat melebihi pendiri Microsoft, Bill Gates, yakni mencapai US\$79,6 miliar, meski akhirnya kembali turun ke posisi kedua. Inditex sendiri merupakan pengecer pakaian terbesar. Pendapatan perusahaan ini selama sembilan bulan terkumpul sebesar 14,74 miliar euro atau naik 16 persen, dengan laba bersih tumbuh 20 persen. Merek ini kini hadir di setiap sudut dunia. Semua produk Zara yang dibuat di beberapa negara dikirim kembali ke Spanyol, untuk didistribusikan ke seluruh dunia. Dan produk *fashion* asal Spanyol ini ada beberapa yang dibuat di negara Asia, seperti China, Kamboja, dan Indonesia. Perusahaan Indonesia yang memproduksi sebagian produk Zara adalah PT Sri Rejeki Isman Tbk. Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) ini merupakan perusahaan tekstil terbesar di Asia Tenggara. Perusahaan ini berlokasi di Sukoharjo, Jawa Tengah. (<http://www.lifeviva.co.id>) diakses pada 6 desember 2016

Zara sendiri merupakan *flagship store* dari Inditex, yang juga memiliki beberapa merek ternama lainnya seperti: Massimo Dutti, Pull and Bear, Oysho, Uterqüe, Stradivarius dan Bershka. Zara sendiri hanya membutuhkan waktu kurang lebih 2 minggu untuk mengembangkan produk-produk baru dan meluncurkan sekitar 10.000 design baru setiap tahunnya. Dan hingga saat ini, Zara sudah terdapat di 73 negara di Dunia termasuk di Indonesia. Zara memiliki beberapa jenis pakaian, mulai dari Wanita (Woman dan TRF), Pria (Men), anak-anak (Zara Kids), Zara Home hingga kosmetik. Store Zara paling banyak berada di Spanyol (329 toko), dan Prancis (14 Toko). Sementara di Indonesia, Zara hanya ada 13 toko. (<http://www.wikipedia.org> diakses pada 6 desember 2016).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gerai dari Zara sendiri mengadopsi kecepatan seperti teknologi. Perusahaan ini mendapatkan desain baru lebih cepat dari kompetitor pada umumnya. Inventaris adalah kunci bagi strategi penjualan Zara, dengan gerai yang memiliki stok desain baru dua kali dalam seminggu. Sangatlah penting untuk mengeluarkan gaya terbaru (berdasarkan laporan Wall Street Journal). (<http://www.marketing.co.id/zara-merek-media-aran-euro-tanpa-iklan/>).

Pesaing utama dari Zara adalah H&M. H&M adalah perusahaan Hennes Mauritz AB merupakan sebuah perusahaan multinasional yang memproduksi busana. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1947. Perusahaan ini menghasilkan berbagai macam produk pakaian, berada di Stockholm. H&M membuka gerainya di Indonesia pada tahun 2013 di Mall Grand Indonesia dengan konsep *Stylish & Affordable Fashion at Best Price*. H&M akan menampilkan fashion untuk seluruh keluarga, termasuk *high fashion* untuk pria, wanita, anak muda, dan anak-anak.

Strategi dari H&M adalah untuk selalu mendengarkan konsumen kami, dan tetap pada inti ide bisnis kami fashion dan kualitas dengan harga terbaik. Konsumen Indonesia harus tahu bahwa ketika Anda datang ke H&M Anda mendapatkan kesepakatan terbaik di pasar. Ini menggabungkan fashion, kualitas dan harga dan kami ingin merekrut orang-orang terbaik yang sesuai dengan budaya H&M. H&M dalam menetapkan harga tidak setinggi dari produk Zara. Produk H&M banyak menggunakan atau bekerjasama dengan desainer-desainer kelas dunia. (<https://finance.detik.com>).

Keunggulan Zara dari pesaingnya adalah karena Zara memiliki sistem kerja yang berbeda dari bisnis fashion yang lain terutama pesaingnya. Zara mampu meraih hati konsumen karena memiliki sistem kerja yang berbeda dengan merk-merk fashion lainnya. Zara tidak hanya menciptakan permintaan untuk tren terbaru dengan



mengadakan *fashion show*, tetapi dengan mempelajari dan mengamati permintaan pasar di seluruh gerai zara. Hasil dari pengamatan tersebut diolah menjadi desain atau rancangan fashion dan kemudian diproduksi dalam waktu yang singkat. La Coruna, Spanyol merupakan pusat perancangan produk fashion zara kurang lebih 200 orang desainer. Para desainer tersebut selalu melakukan perjalanan antar negara untuk melihat perkembangan tren fashion masyarakat serara acak. Upaya ini dilakukan untuk mempercepat gerak produksi dan juga agar dapat menangkap keinginan dan kebutuhan konsumen serta perubahan pasar.

Pada saat pertama membeli produk zara kualitas produk dipertimbangkan juga bagi pembeli. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada Pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam Jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan pelanggan, serta kebutuhan mereka. Zara dituntut untuk selalu dapat meningkatkan kualitas produknya dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang baik sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, sehingga perusahaan dapat mempertahankan posisinya di tengah persaingan yang sangat ketat saat ini.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dalam penulisan skripsi dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN WANITA ZARA ”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## B. Identifikasi Masalah

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**  
Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka penulis memperoleh identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas produk pada produk Zara?
2. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap produk Zara?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Zara?

## **C Batasan Masalah**

1. Bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap produk Zara?
2. Faktor apa yang mempengaruhi kualitas produk pada Zara?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Zara?

## D. Batasan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka batasan penelitian yang ditetapkan oleh penulis sebagai berikut:

1. Obyek penelitian adalah zara
2. Subyek penelitian adalah konsumen yang pernah memakai/ membeli produk clothing line zara
3. Wilayah penelitian dilakukan di wilayah kelapa gading, jakarta utara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka an masalah yang akan diteliti yaitu: bagaimanakah pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen wanita pada zara di Jakarta Utara?

## F. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap produk fashion Zara ?

## G. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penyusunan penelitian ini antara lain:

### 1. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam menerapkan teori – teori yang telah didapat selama mengikuti pendidikan di bangku kuliah dalam bidang pemasaran.

### 2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Zara sebagai masukan maupun pertimbangan yang dapat bermanfaat bagi Zara dalam mengevaluasi strategi yang dilaksanakan.

### 3. Bagi Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi penelitian lebih lanjut terutama yang berkaitan dengan atribut produk dan keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Copyright © Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.