BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Bisnis Fashion muslimah di Indonesia memiliki banyak peluang, salah satunya adalah pada perengkapan ibadah seorang muslim. Banyak perusahaan yang memproduksi perlengkapan ibadah untuk wanita dari berbagai macam model, warna, serta berbagai motif untuk menarik hati pelanggan. Mukena adalah busana perlengkapan shalat yang dikenakan untuk wanita muslim, tetapi uniknya hanya di Indonesia dan sebagian Negara melayu di Asia Tenggara yang menggunakan mukena sebagai busana untuk perlengkapan shalat. Di negara lain, wanita muslim menunaikan shalat dengan pakaian sejenis abaya yang menutupi seluruh tubuh kecuali wajah dan tangan.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki penduduk mayoritas muslim. Berdasarkan Data Direktorat Jendral Kependudukan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri jumlah penduduk Indonesia sebanyak 272,23 juta jiwa pada Juni 2021. Dari jumlah tersebut, sebanyak 236,53 juta jiwa (86,88%) beragama Islam. Mukena merupakan hasil dari perpaduan budaya, antara busana tradisional Indonesia terutama Pulau Jawa dengan masuknya Islam ke Indoesia. Sebelum agama Islam tersebut melakukan dakwah ke Indonesia, busana kaum perempuan dulu di Jawa umumnya memakai kain panjang seperti jarik tanpa dijahit dan kemben yang dililit.

Pada zaman modern saat ini mukena mengalami perkembangan yang sangat baik. Jika dulu mukena hanya terkenal dengan polos dan berwarna putih tetapi saat ini berbagai macam warna dan model mukena yang sangat indah dan cantik. Hal ini juga tidak bertentangan dengan agama, namun sangat dianjurkan untuk mengenakan pakaian yang terbaik dan terindah saat shalat. Karena shalat adalah bentuk komunikasi langsung seorang muslim kepada Tuhan-Nya.

Seorang pebisnis harus mampu menentukan strategi yang tepat untuk menentukan bisnis dan mampu bersaing dengan pesaing lain. Maka dari itu pebisnis mukena dituntut untuk dapat menciptakan kepuasan pelanggan dengan cara memberikan mukena dengan kualitas produk yang bagus, menciptakan model mukena dengan motif yang berbeda dari pesaing lain dengan maksud menciptakan minat konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan dan dapat memberikan hal positif untuk menarik hati pelanggan sehingga penjualan dapat mengalami peningkatan.

Salah satu brand terkenal yang memproduksi mukena di Indonesia adalah brand mukena Siti Khadijah produsen dari Malaysia yang terkenal dengan nama Telekung Siti Khadijah. Mukena ini merupakan inovasi dari Padzilah Enda Sulaiman yang ingin meningkatkan nilai mukena menjadi indah dan nyaman dengan tetap mempertahankan warisan budaya. Menurut Padzilah Enda Sulaiman mengatakan untuk menghasilkan mukena Siti Khadijah menghasilkan riset dan pengembangan sehingga menghasilan jenis kepala mukena yang berbeda dari brand lain yaitu Klasik dan Harmoni. Bukan hanya itu mukena siti khadijah ini juga menggunakan bahan premium yang sangat nyaman dan tidak menerawang, *stretch* dan satu lagi memiliki kelebihan yaitu terdapat kain *Lycra* dibagian dagu untuk menutupi aurat diarea dagu serta menyempurnakan ibadah kita dalam shalat sehingga aurat tertutup secara sempurna sesuai dengan syariat islam.

Untuk meningkatkan penjualan suatu usaha kita harus pintar dalam mengambil hati pelanggan sehingga pelanggan merasakan kepuasan dalam membeli suatu produk, dan mereka dapat memberikan informasi kepada keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya bahwa produk tersebut memiliki kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga yang sangat terjangkau.

Salah satu cara untuk menjaga kelangsungan bisnis dalam persaingan yang ketat adalah dengan menjaga kepuasan pelanggan. Tenaga penjualan harus mencari cara berbeda untuk mempertahankan kepuasan pelanggan. Tujuan bisnis yang ingin mempertahankan kepuasan pelanggan secara berkelanjutan adalah untuk membangkitkan minat konsumen tetap.

Menurut Kotler dan Keller (2016:53) kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang mereka rasakan dengan harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka pelanggan tidak akan merasakan kepuasan namun jika kinerja dapat memenuhi harapan pelanggan maka pelanggan akan merasakan kepuasan dan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan lebih merasa puas. Pelanggan semakin kritis dan pintar dalam menyeleksi suatu merek yang memberikan mutu pelayanan berkualitas. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk lebih paham dalam memberikan layanan yang cepat dan efisien.

Selain menciptakan kepuasan pelanggan dan harga juga menjadi faktor penting untuk menarik hati pelanggan. Mukena Siti Khadijah memberikan berbagai macam harga sesuai dengan kualitas produk yaitu : *Basic*, *Premium* dan *Exclusive*. Menurut Tjiptono (2015:151) harga merupakan faktor tunggal dari pemasaran yang menjadi sumber pendapatan ataupun pemasukan untuk perusahaan.

Hasil dari penelitian Nugroho (2021) membuktikan bahwa secara parsial kulitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Online Heymale.id. Sedangkan, secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Online Heymale.id. Pada penelitian ini variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel Kepuasan Konsumen.

Menurut Tjiptono dan Candra (dalam Priansa, 2017) faktor faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, yaitu : Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Pelayanan Karyawan dan Fasilitas. dan semua faktor - faktor tersebut harus dilaksanakan dengan sangat baik sehingga pelanggan akan merasakan puas terhadap produk yang digunakan dan yang ditawarkan oleh Mukena Siti Khadijah.

Dari uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam mengkonsumsi suatu produk. Sehingga berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik mengangkat judul "**Pengaruh kualitas produk , kualitas pelayanan , dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus pada Mukena Siti Khadijah)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah pokok penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah ?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah ?
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah ?
4. Apakah kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan perseprsi harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka ada beberapa tujuan dari penelitian ini untuk memberikan bukti empiris untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah.
3. Untuk mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada Mukena Siti Khadijah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengidentifikasikan suatu masalah yang sedang terjadi dan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat yang telah membaca penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk membantu usaha, mengambil hati pelanggan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan kepuasaan pelanggan Mukena Siti Khadijah.

3. Bagi Kepentingan Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan antara teori-teori yang telah didapatkan selama kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya dan sebagai bahan referensi atau kajian bagi penelitian - penelitian selanjutnya.