

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, *trend* belanja pakaian bekas atau yang dikenal dengan istilah *thrifting* mengalami perkembangan yang pesat di Indonesia. Fenomena ini dapat dilihat dari semakin menjamurnya pakaian bekas (*thrift stores*) yang tersebar mulai dari kota besar hingga daerah-daerah kecil. Perubahan pola konsumsi ini tidak hanya dipicu oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup berkelanjutan (*sustainable fashion*) serta keinginan untuk menampilkan gaya yang unik dan *personal*.

Pertumbuhan *thrifting* di Indonesia didukung oleh beberapa faktor utama, yaitu peningkatan kesadaran lingkungan, *trend fashion* yang berbeda dari arus utama, serta harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan pakaian baru. Hal ini menjadikan kalangan anak muda dan mahasiswa sangat tertarik pada aktivitas ini sebagai alternatif memperoleh pakaian bermerek atau berkarakter *vintage* dengan *budget* yang terbatas.

Bagansiapiapi, sebagai salah satu pusat perdagangan yang strategis di Provinsi Riau, mulai menunjukkan perkembangan bisnis *thrift* yang signifikansi. Kota ini menjadi destinasi belanja favorit masyarakat dari wilayah sekitar yang menginginkan pilihan pakaian bekas berkualitas dengan harga kompetitif. Di tengah peluang ini, muncul berbagai toko *thrift* yang berkompetisi ketat dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif. Salah satu toko *thrift* yang cukup menonjol di Bagansiapiapi adalah Toko Thrift Thay. Berlokasi di pusat kota Jl Pahlawan. Thrift Thay menyediakan berbagai macam koleksi pakaian bekas mulai dari pakaian kasual sampai pakaian bermerek yang memiliki nilai estetika tinggi. Namun demikian, persaingan ketat dari sejenis membuat Thrift Thay menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan menaikkan pangsa pasar. Adapun data yang telah di *survey* langsung pada beberapa waktu ini terhadap pesaing terdapat lima Toko *thrift* utama di kawasan Bagansiapiapi seperti disajikan pada Tabel 1.1 data

ini berkompetisi dalam menawarkan produk sejenis dengan segmen pasar yang hampir sama.

Tabel 1. 1 Pesaing Toko Pakaian Thrift di Bagansiapiapi Tahun 2025

No	Nama Toko	Lokasi
1	CS Thrift	Jl. Mawar
2	Toko Angga	Jl. Merdeka
3	Thrift Uyang Bagan	Jl. Perwira
4	Thrift Dinanti	Jl. Perniagaan
5	Preloved	Jl. perniagaan

Sumber: Data Olahan, 2025

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa data tersebut menawarkan produk yang relatif sejenis dan menargetkan pasar yang hampir sama, yaitu konsumen yang mencari pakaian bekas berkualitas dengan harga terjangkau. Persaingan yang ketat ini membuat penjual *thrift* termasuk Thrift Thay, harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

Berikut adalah data penjualan Toko Thrift Thay selama 5 bulan terakhir pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data omset Penjualan Toko Thrift Thay bulan Maret-Juli tahun 2025

Bulan	Omset Penjualan
Februari	Rp.6.500.000.00
Maret	Rp.5.725.000.00
April	Rp.5.200.000.00
Mei	Rp.4.000.000.00
Juni	Rp.3.100.000.00

Sumber: Owner Thrift Thay, 2025

Berdasarkan tabel 1.2 diatas selama lima bulan terakhir Toko Thrift Thay mengalami penurunan omset penjualan. Dari hasil wawancara kepada owner Toko Thrift Thay Penurunan ini sebagian dipengaruhi oleh munculnya thrift baru di Bagansiapiapi yang menawarkan produk serupa, serta persepsi konsumen terkait kualitas produk yang kurang konsisten. faktor kualitas produk menjadi hal yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Produk yang kondisinya tidak sesuai harapan, seperti adanya noda, robekan kecil, kualitas kain yang menurun, atau perbedaan deskripsi dengan kondisi sebenarnya dapat menjadi

alasan utama konsumen enggan melakukan pembelian atau kembali berbelanja. Oleh karena itu, sangat penting untuk meneliti lebih lanjut pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian baju *thrift* di Toko Thrift Thay agar dapat memahami kendala yang dihadapi serta mencari solusi yang tepat untuk meningkatkan penjualan dan daya saing toko. Banyaknya toko dan penjual *online* yang menawarkan produk serupa menimbulkan persaingan yang ketat, sehingga kualitas produk menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Dengan harga yang terjangkau, pakaian *thrift* menjadi pilihan populer, membuat analisis dampak pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian menjadi sangat relevan guna memahami penyebab penurunan omset tersebut.

Keputusan pembelian mengarah pada suatu proses tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika hendak melakukan pembelian suatu produk. Pada kondisi tersebut, konsumen telah mencapai tahap akhir dalam melakukan pembelian dan terlibat secara langsung dalam mendapatkan barang dan jasa yang ditawarkan. Selanjutnya, konsumen akan memilih satu dari beberapa alternatif yang ada untuk memutuskan membeli produk yang diinginkan dan dibutuhkan. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya adalah sama, namun proses tersebut didasarkan pada kebutuhan dan keinginan setiap individu yang berbeda-beda (Milano et al., 2021)

Namun, dibalik harganya yang murah dan keunikannya, kualitas produk pakaian *thrift* sering menjadi pertanyaan. Konsumen sering ragu tentang kondisi asli pakaian, seperti adanya noda, robekan kecil, kebersihan, dan durabilitas bahan. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpastian dalam keputusan pembelian. Konsumen umumnya mempertimbangkan kualitas produk secara saksama sebelum membeli, terutama ketika mereka ingin mendapatkan nilai terbaik dari barang bekas. Kualitas produk yang baik (bersih, kondisi layak pakai, dan sesuai deskripsi) akan memberikan kepuasan bagi konsumen dan mendorong mereka untuk membeli kembali di masa depan. Pentingnya peran kualitas produk dalam keputusan pembelian pakaian *thrift* juga diperkuat oleh penelitian terdahulu. Studi yang dilakukan oleh Pasar Senen menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi

pengaruh sebesar 61,2%. Dari kedua variabel tersebut, kualitas produk menjadi faktor yang lebih dominan dibandingkan harga. Sementara penelitian Zamratun, dkk (2024) juga menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh langsung dan signifikansi terhadap keputusan pembelian dengan sumbangan pengaruh sebesar 32,7%. Hasil penelitian ini secara konsisten menekankan bahwa aspek kualitas produk menjadi penentu utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian pakaian *thrift*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan konsumen, semakin besar peluang keputusan konsumen untuk membeli pakaian *thrift*. Hal ini menjadi landasan bahwa pelaku usaha thrift shop harus memprioritaskan seleksi dan perawatan produk sebelum dipasarkan, demi memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen.

Berdasarkan seluruh penjelasan diatas, penelitian ingin melakukan penelitian dengan berjudul “pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakaian *thrift* di Toko Thrift Thay Bagansiapiapi”

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang masalah diatas, maka penulis ingin merumuskan masalah yaitu “Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pakaian *thrift* di Toko Thrift Thay Bagansiapiapi?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, berikut adalah tujuan dari penelitian yang akan dilakukan:

1. Untuk menganalisis tanggapan responden tentang kualitas produk.
2. Untuk menganalisis tanggapan responden tentang keputusan Pembelian pada pakaian *thrift*.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Toko Thrift Thay Bagansiapiapi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan diatas, manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. **Bagi Penulis**

Hasil penelitian ini memberi manfaat bagi penulis untuk menambah wawasan mengenai analisis perilaku konsumen dalam berbelanja.

2. **Bagi Pembaca dan Pihak Lain**

Memberikan informasi kepada konsumen tentang kualitas produk pakaian *thrift*, serta membantu pengusaha Toko Thrift Thay dalam meningkatkan kualitas produk mereka.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Agar penulisan Skripsi ini dapat sistematis dan terusan dengan rapi maka diperlukan sistematika penulisan Skripsi. Berikut ini, adalah sistematika penulisan Skripsi:

Bab 1: PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti mengemukakan dasar serta permasalahan yang akan dibahas, yaitu latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat serta sistematika penulisan.

Bab 2: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, menjelaskan tentang pokok pembahasan dalam penelitian ini, yang terdiri dari penelitian terdahulu, mengenai teori pemasaran, teori kualitas produk, dan teori keputusan pembelian serta kaitannya dengan Keputusan Pembelian yang akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan pembahasan masalah.