

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat al-Qur'an dan al-Hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulullah saw akan menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan:

Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Terselenggaranya keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Dalam surat al Waqi'ah [56] ayat 68-69, Allah berfirman:

أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ ﴿١٨﴾ ءَأَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ  
الْمُنزِلُونَ

Artinya: "Adakah kamu lihat air yang kamu minum? Kamukah yang menurunkannya dari awan atau Kamilah yang menurunkannya?"<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Mizan Bunaya Kreativa), 537.

Ketidakmampuan manusia dalam mengatur gejala-gejala ekonomi dinyatakan al-Ghazali sebagai sesuai yang alami, karena manusia mengkondisikan pemenuhan kebutuhan hidupnya berdasarkan tempat di mana dia hidup. Manusia tidak bisa memaksakan cara pemenuhan hidup orang lain kepada dirinya ataupun sebaliknya. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Sebagaimana firman Allah dalam surat an-Nahl [16] 10-11.<sup>2</sup>

هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً ط لَكُمْ مِنْهُ شَرَابٌ وَمِنْهُ شَجَرٌ فِيهِ  
تُسِيمُونَ ﴿١٠﴾ يُنْبِتُ لَكُمْ بِهِ الزَّرْعَ وَالزَّيْتُونَ وَالنَّخِيلَ وَالْأَعْنَابَ وَمِنْ  
كُلِّ الثَّمَرَاتِ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَةً لِقَوْمٍ يَتَفَكَّرُونَ ﴿١١﴾

Artinya: “Dia-lah, yang Telah menurunkan air hujan dari langit untuk kamu, sebahagiannya menjadi minuman dan sebahagiannya (menyuburkan) tumbuh-tumbuhan, yang pada (tempat tumbuhnya) kamu menggembalakan ternakmu. Dia menumbuhkan bagi kamu dengan air hujan itu tanam-tanaman; zaitun, korma, anggur dan segala macam buah-buahan. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar ada tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang memikirkan.”<sup>3</sup>

Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata. Keadaan ini akan menghindari pola hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan

<sup>2</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonosia, 2003), 168.

<sup>3</sup> Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Mizan Bunaya Kreativa), 74.

akan menghindari dari pengaruh-pengaruh pola konsumsi yang tidak perlu.

Allah berfirman dalam surat Ali 'Imran (3) ayat 180.

وَلَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا هُمْ

Artinya: "*Sekali-kali janganlah orang-orang yang bathil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karunia-Nya menyangka bahwa kebathilan itu baik bagi mereka.*"<sup>4</sup>

Dalam berkonsumsi seorang muslim harus menyadari bahwa ia menjadi bagian dari masyarakat. Maka, dalam berkonsumsi dituntut untuk saling menghargai dan menghormati keberadaan sesamanya. Bila keadaan menjadi kesadaran bersama maka akan terbangun kehidupan yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial. Allah berfirman dalam surat an-Nisaa' (4) ayat 29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ

Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu, dengan jalan batil, kecuali dengan jalan pemiagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu.*"

Meskipun akhir-akhir ini terdapat beberapa golongan yang mulai mengadakan perubahan dengan perilaku konsumsi mereka, namun itu hanya segelintir orang saja. Sedangkan yang lain masih bersifat konsumtif dan belum mampu untuk membedakan antara kebutuhan yang harus dipenuhi dan yang masih bisa ditunda.

<sup>4</sup> Yayasan Penerjemah Al-Qur'an, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: PT. Mizan Bunaya Kreativa), 84.

Dalam keadaan seperti ini, masyarakat sulit menggerakkan rasa peduli terhadap nasib orang lain. Karena setiap orang berlomba-lomba mencari kesenangan diri. Patut diakui bahwa hal ini telah hinggap pada sebagian masyarakat kita. Sehingga dikhawatirkan akan menghambat saluran distribusi sebagian harta dari yang kaya terhadap yang miskin.

Dalam rangka memenuhi kebutuhannya, seorang muslim hendaknya tidak semata-mata menggunakan hawa nafsunya dalam berkonsumsi. Termasuk juga dalam memenuhi kebutuhan pakaian. Sifat konsumtif di kalangan masyarakat masih menjadi persoalan yang sulit untuk dihindari.

Kemajuan teknologi dan informasi telah membawa dampak besar bagi perubahan gaya hidup. Gaya hidup modern yang cenderung praktis menuntut orang melakukan pekerjaan dengan cara cepat serta mudah. Hal ini didukung pula dengan keinginan untuk berpenampilan yang menarik. Pemilihan pakaian bagi seseorang dianggap penting karena dukungan sosial, popularitas, pemilihan teman hidup dan karir dipengaruhi daya tarik fisik seseorang.

Pakaian merupakan produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar seseorang akan penampilannya sekaligus menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat. Begitu banyaknya produk pakaian yang ditawarkan dengan memberikan kelebihan dalam penggunaan yang dibutuhkan konsumen memacu semangat para produsen untuk meraih peluang bisnis sehingga didapatkan keuntungan yang maksimal.

Dengan majunya peradaban, selera pasar konsumen juga meningkat. Konsumen semakin hari semakin kritis dalam mengkonsumsi barang. Sifat kritis ini dilakukan dengan cara konsumen menuntut kualitas, layanan, kecepatan, fleksibilitas dan harga bersaing. Sehingga pengusaha atau produsen cenderung lebih memperhatikan kepentingan konsumen dalam hal memasarkan produk yang dihasilkan guna kepuasan konsumen.

Produsen selalu berusaha menghasilkan produk yang berkualitas, sehingga konsumen akan tertarik untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan suatu model pemasaran yang tepat, dimana pemasaran merupakan salah satu titik permulaan dari proses pertumbuhan suatu perusahaan. Salah satu alat pemasaran yang biasa digunakan oleh sebuah perusahaan yaitu berupa *promotional mix* yang terdiri dari periklanan, promosi penjualan, *public relation*, *personal selling* dan *direct marketing*.

Guna mencapai suatu kepuasan konsumen dalam memilih suatu produk maka seorang produsen harus dapat memberikan kualitas terhadap merknya. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi konsumen. Di mana merk sangat mempengaruhi fungsi-fungsi produksi dan keuangan sebuah perusahaan serta kegiatan-kegiatan pemasaran lainnya.

Merk merupakan nama, istilah, tanda, simbol atau lambang, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya. Pada dasarnya suatu merk juga merupakan janji penjual untuk secara konsisten

menyampaikan serangkaian ciri-ciri, manfaat, dan jasa tertentu kepada para konsumen. Citra merk yang kuat memberikan sejumlah keunggulan, seperti posisi pasar yang lebih menonjol dibanding pesaing, kapabilitas unik yang sulit ditiru, loyalitas pelanggan dan pembelian ulang yang lebih besar. Keunggulan seperti inilah yang mendorong setiap perusahaan untuk berjuang keras dalam rangka mengelola merknya sehingga dapat memperoleh posisi terbaik dalam benak konsumen.

Dengan memberikan merk produk yang berkualitas yang memberikan ciri dan manfaat yang unik, akan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk menggunakan produk tersebut. Untuk itu produsen harus memberikan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan oleh produk tersebut. Karena harga yang ditawarkan secara tidak langsung mempengaruhi konsumen untuk membeli. Kondisi seperti ini juga terjadi pada produk pakaian. Produk pakaian yang mempunyai merk dengan kualitas dan manfaat sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat dipastikan mempunyai hasil penjualan yang tinggi karena produk yang dihasilkan adalah benar-benar dibutuhkan konsumen.

Jenis merk pakaian yang ditawarkan oleh beberapa toko di Kediri ternyata menarik simpati masyarakat untuk melihat pakaian yang ada dan pada akhirnya memutuskan untuk membeli. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tentunya terjadi setelah mereka memperhitungkan kebutuhan serta kemampuan finansial yang dimiliki.

Pada beberapa produk pakaian, merk menjadi sangat penting karena dengan merk tersebut dapat menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan mempunyai nilai lebih dan berkualitas dibandingkan dengan merk lain yang beredar. Sehingga terdapat juga beberapa konsumen yang fanatik terhadap sebuah merk jika ingin membeli sebuah pakaian.

Bagi konsumen muslim di Kediri, keadaan ini semakin mendorong keinginan untuk dapat memenuhi kebutuhan pakaian yang didapatkan dari toko busana muslim. Adapun salah satu merk yang menjadi pilihan adalah produk Dannis. Merk Dannis merupakan salah satu merk pakaian muslim yang menyuguhkan banyak pilihan model dan corak. Selain itu, produk Dannis juga memberikan pilihan model yang diperuntukkan bagi kalangan dewasa maupun anak-anak. Konsumen lebih dimanjakan dengan penawaran produk pakaian serta fasilitas perbelanjaan yang sudah ada. Keadaan ini merupakan sebuah jawaban yang diberikan kepada konsumen atas permintaan kebutuhan pakaian yang semakin meningkat.

Dengan adanya tempat yang menyediakan busana muslim seperti produk Dannis akan lebih mempermudah bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Adapun salah satu tempat yang menyediakan busana muslim di Kota Kediri adalah Toko Rizquna yang berlokasi di Kelurahan Bandar Kidul Mojojoto Kota Kediri.

Berdasarkan uraian di atas penulis mengangkat permasalahan dalam judul skripsi yaitu: Pengaruh Merk Terhadap Keputusan Membeli Produk Dannis Pada Konsumen Muslim (Studi Kasus Di Toko Rizquna Kota Kediri)

## **B. Rumusan Masalah**

Untuk mempermudah dan membantu penulis dalam proses penelitian maka dibutuhkan adanya perumusan masalah yang jelas dan tegas, sesuai dengan kriteria dan cara perumusan masalah yang benar.

Dari uraian yang melatar belakangi penelitian di atas, maka disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri?
2. Seberapa besar pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Setiap kegiatan, bagaimanapun bentuknya pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri.



#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

##### **1. Secara Teoritis**

Untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk.

##### **2. Secara Praktis**

###### **a. Bagi Peneliti**

Sebagai informasi untuk menambah pengetahuan terhadap merk pada pakaian.

###### **b. Bagi Produsen**

Sebagai bahan masukan bagi produsen untuk dapat meningkatkan kualitas produknya, sehingga dapat memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen.

Sebagai koreksi bagi produsen, apakah produk yang dikembangkan selama ini sudah mampu memenuhi keinginan konsumen.

###### **c. Bagi Lembaga Pendidikan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah hasanah keilmuan tentang pengaruh merk terhadap keputusan membeli.

###### **d. Bagi Konsumen**

Sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk memilih produk dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji secara empiris.<sup>5</sup> Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah hipotesis alternatif.

Hipotesis Alternatif (Ha) : Ada pengaruh merk terhadap keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri.

### **F. Asumsi Penelitian**

Dari hipotesis alternatif yang ada, maka asumsi sementara yang diajukan oleh penulis bahwa merk dapat mempengaruhi keputusan membeli produk Dannis pada konsumen muslim di toko Rizquna Kota Kediri

### **G. Penegasan Istilah**

Untuk menghindari kesalahpahaman dan mempermudah pemahaman, maka penulis jelaskan beberapa istilah atau kata yang terdapat dalam judul sebagai berikut:

#### **1. Merk**

Adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf, angka angka atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya berbeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

---

<sup>5</sup> Suryadi Suryabrata, *Meodologi Penelitian* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 64.

## 2. Konsumen

Setiap orang, pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat. Baik bagi kepentingan pribadi, keluarga, orang lain maupun untuk makhluk hidup lain dan tidak diperdagangkan.<sup>6</sup>

## 3. Keputusan membeli

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan proses dimana konsumen melakukan pembelian. Sehingga keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen pada saat memutuskan untuk membeli.

---

<sup>6</sup> Muhammad dan Alimin, *Etika dan Perlindungan Konsumen dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPF, 2005), 128.