

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di zaman sekarang perkembangan teknologi dan informasi semakin terus meningkat perubahan demi perubahan semakin nampak dan terlihat serta mengalami pembaharuan. Hal ini akan membangun peradaban baru pada ideologi kemanusiaan yang akan berdampak kepada prilaku dan gaya hidup setiap manusia, perkembangan gaya hidup dan kebutuhan manusia seperti sandang pangan papan serta kebutuhan pokok lainnya sehingga tingkat persaingan sangat sulit tanpa adanya kreativitas yang baik dan inovasi yang baru karena pada dasarnya manusia adalah makhluk yang sering mengonsumsi atau memakai produk yang telah tersedia mulai dari kebutuhan yang dianggap kecil sampai kebutuhan yang harus dipenuhi.

Dimasa ini semakin ketat tingkat persaingan sehingga peran teknologi dalam menyebarkan informasi dianggap menunjang kebutuhan. Informasi saat ini mendorong gaya hidup masyarakat dan konsumen secara mendasar sehingga perubahan gaya hidup, pergeseran kebutuhan konsumen tidak akan bisa dibendung sejalan dengan kenaikan daya beli konsumen, yang disertai ketersediaan barang dan jasa yang dibutuhkan. Informasi yang disebarkan baik dari segi tren pakaian dikalangan wanita ataupun tentang perubahan gaya hidup dalam berpenampilan dan informasi lainnya, gaya berpakaian yang selalu mengikuti role model menjadi tren tersendiri dikalangan wanita sehingga kaum wanita sering membelanjakan uangnya untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih modis dalam berpenampilan karena kalangan wanita ingin diakui eksistensina oleh lingkungannya dan berusaha mengikuti tren baik dikanganan muda ataupun kаланagan tua. Karena mereka memiliki keyakinan bahwa penampilan terutama pakaian merupakan sarana yang paling penting dalam penerimaan sosial akan diperhatikan penampilanya sehingga dalam berpenampilan akan menghasilkan kepercayaan diri dalam pergaulan tidak mengalami hambatan dan memperlihatkan *outfit* panutan seperti *publik figure* dengan *OOTD (Outfit of The Day)*. Sehingga dengan adanya media sosial yang

hampir semua kalangan menggunakan seperti : *Instagram, twitter, facebook* dan *youtobe* menjadi referensi dalam menunjang penampilan disetiap kalangan.

Hal ini menjadi peluang bagi para pembisnis serta pengusaha dan membuat butik-butik atau tokoh busana yang menjual berbagai macam tren pakaian. Pakaian merupakan kebutuhan yang tidak bisa lepas dari kebutuhan sehari-hari karena sangat dibutuhkan oleh setiap manusia, keputusan dalam membeli pun menjadi hal yang harus diperhatikan sehingga perilaku konsumen merupakan salah satu tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam mengambil keputusan pembelian. Proses dalam pembelian bukan hanya sekedar mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi pembelian tapi berdasarkan peranan dalam pengambilan keputusan untuk membeli. Konsumen akan selalu berubah-ubah sesuai dengan pengaruh sosial budaya yang semakin meningkat sehingga berusaha mencari motivasi dalam diri konsumen. Konsumen merelakan menghabiskan uangnya demi kenyamanan serta pelayanan yang baik dan kepuasan konsumen salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup, gaya hidup akan mempengaruhi penilaian seseorang terhadap produk yang akan di beli.

Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami banyak perubahan dan perkembangan sesuai dengan perkembangan zaman dan tren, dalam berpenampilan dulu orang tidak memandang sebagai penunjang akan tetapi berbeda dengan zaman melinial ini dimana kalangan tua dan muda semuanya mengikuti tren pakain untuk menunjang gaya mereka. Gaya hidup adalah pola Tindakan yang membedakan satu orang dengan orang lainnya, jika gaya hidup diasumsikan sebagai ideologi maka akan dapat membedakan dari satu kelompok dengan kelompok lainnya. Gaya hidup memiliki tujuan yang kemudian dapat membentuk citra yang dapat dibanggakan baik pengguna ataupun partisipannya, citra yang tampil melalui gaya hidup lebih sering bersinggungan dengan berbagai macam penampilan seseorang. Menurut kotlet dalam penelitian susanto (2013:1), "gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya". Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi

aktivitas, minat, sikap, konsumsi, dan harapan, bukan hanya itu gaya hidup pun mendorong kebutuhan dan sikap individu yang dapat mempengaruhi aktivitas dan penggunaan produk sebagai pendorong yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk. Sedangkan menurut Sumarwan (dalam Listyorini 2012:14), menjelaskan bahwa “gaya hidup sering menggambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interest and opinion) lebih menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana cara mereka hidup menggunakan uang dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”. Gaya hidup seseorang dapat berbeda dengan status sosialnya dan ambisinya dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Keputusan pembelian merupakan salah satu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan sebuah pembelian terhadap produk yang ditawarkan baik berupa apapun. Menurut Oslan (dalam Sangadji, 2013:332), yang dimaksud dengan “keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian”. Sedangkan menurut Hasan (2013:181) “keputusan pembelian adalah keputusan dalam memilih tindakan dari beberapa alternatif dalam membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi”. Lalu menurut Kotler dan Keller (2009 :235), “proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”. Dalam tahapan-tahapan proses pengambilan keputusan pembelian menunjukkan bahwa konsumen harus melalui urutan tahap. Ketika melakukan pembelian produk namun hal ini tidak selalu seperti itu.

Dalam hal ini kalangan masyarakat masih banyak yang beranggapan bahwa sebuah tren pakaian yang terbaru adalah sebuah kebutuhan yang akan menunjang gaya penampilan baik dalam kalangan muda atau pun kalangan tua sehingga kalangan mereka akan merasa kurang kepuasan dalam pengambilan keputusan saat melakukan pembelian berdasarkan uraian di atas dasar dari permasalahan yang akan diuraikan maka penulis merasa tertarik untuk melakukan

penelitian dengan berjudul “Faktor-Faktor Gaya Hidup Konsumen Dan Pengambilan Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Pasar Karangampel Kabupaten Indramayu”.

1.2 Rasional Penelitian

Masyarakat saat ini lebih mementingkan penampilan untuk memeperindah dan menunjang penampilannya berdasarkan penelitian dalam penelitian ini memiliki arah yang jelas dan tidak ada salah tafsir maka ruang lingkup permasalahan harus dibatasi dengan mengidentifikasikan “Faktor-faktor gaya hidup yang mempengaruhi konsumen dan pengambilan keputusan pembelian pakaian wanita” dengan dipengaruhi berbagai macam faktor gaya hidup ada faktor sikap, faktor pengalaman, faktor kepribadian, faktor konsep diri, faktor motif, faktor persepsi, faktor kelompok referensi, faktor kelas sosial, faktor keluarga serta kebudayaan dengan demikian harapan masalah dapat dikaji secara focus dan mendalam untuk dapat memperoleh informasi dan hasil yang maksimal. Dalam hal ini penelitian hanya membatasi penilitiannya hanya beberapa tokoh pakaian wanita dan usaha yang memiliki variasi model tren pakian baru serta berbeda dikalngan masysrakat wilayah pasar karangampel.

Penelitian ini sangat diperlukan karena melihat banyaknya masyarakat terkhusus wanita yang setiap hari terkhusus pada hari sabtu dan minggu yang memenuhi area pasar apa lagi saat ini terjadi nya pandemi covid 19 masyarakat masih antusias walaupun mereka menjalani aturan protokol kesehatan (membawa masker dan jaga jarak) masyarakat rela melakukan itu demi mengikuti trend dan menunjang penampilan mereka sehingga dengan mengetahui gaya hidup konsumen dapat diharapkan masysrakat dapat meminimalisir antara kebutuhan dan keinginan, sehingga dari kalangan masyarakat diharapkan dapat mengurangi prilaku konsumtif dan lebih selektif dalam berbelanja serta dapat mengikuti tren model pakaian yang sesuai dengan kebutuhan.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitataif yang bersikap deskriptif dengan pendekatan ini maka desain yang digunakan oleh penulis adalah mengutip dari Meleong ada empat 4 tahapan yang akan

dikembangkan oleh penulis antara lain tahapan pra lapangan, tahapan pekerjaan lapangan, tahapan analisis data, tahapan evaluasi dan pelaporan. Adapun subjek dari penelitian ini adalah sebagai informan yaitu masyarakat atau pengunjung dipasar Karangampel terkhusus dalam pembelian pakaian wanita, sedangkan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang meliputi, observasi, wawancara dan dokumentasi data.

1.3 Urgensi/ Kebaharuan Penelitian

Urgensi dalam penelitian yaitu perilaku masyarakat yang menunjang gaya hidup berpenampilan sehingga menjadikan masyarakat lebih konsumtif, kondisi perekonomian konsumen mengenai perubahan tren seleara pakaian wanita, daya saing model pakaian antar toko, serta kurangnya kepercayaan aan diri masyarakat saat tidak mengikuti perkembangan tren pakaian baru dikalangan wanita sehingga belum maksimalnya pemanfaatan kebutuhan pakaian wanita.

Penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya, perbedaan antara penelitian ini dapat dilihat dari variable-variable yang digunakan berbeda. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dan meneliti masyarakat dipasar karangampel. Penelitian ini berfokus kepada faktor-faktor gaya hidup konsumen dan pengambilan keputusan pembelian pakaian wanita dipasar karangampel kabupaten indramayu yang bertujuan untuk dapat mengetahui faktor gaya hidup apa saja yang membuat masyarakat dapat mengambil keputusan untuk membeli pakaian wanita diwilayah pasar katrangampel indramayu.

1.4 Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

1.4.1 Rumusan masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka permasalahan yang telah dikemukakan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.4.1.1** Faktor gaya hidup apakah yang memengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian wanita dipasar karangampel?

1.4.1.2 Faktor gaya hidup apa yang dominan yang menjadi penentu terhadap keputusan pembelian pakaian wanita dipasar karangampel?

1.4.2 Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut ini:

1.4.2.1 Untuk dapat mengetahui faktor-faktor gaya hidup apakah yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian pakaian wanita dipasar karangampel.

1.4.2.2 Untuk dapat mengetahui apakah faktor gaya hidup apa yang dominan menjadi penentu terhadap keputusan pembelian pakaian wanita dipasar karangampel.