

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era-globalisasi di Indonesia sangat pesat, terutama pada bidang pemasaran. Tujuan pemasaran adalah untuk memenuhi dan memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dalam dunia bisnis, tentunya perusahaan atau pemasar akan diperhadapkan dengan yang namanya persaingan. Perkembangan bisnis produk pakaian, menjadi salah satu bidang yang memiliki persaingan pasar yang ketat. Salah satu produk yang sedang berkembang saat ini adalah busana muslimah model gamis.

Sejarah pakaian gamis awalnya merupakan pakaian tradisional dari bangsa Arab yang biasa disebut Abaya. Abaya merupakan pakaian khusus muslimah yang dianggap memenuhi aturan seperti yang tertera dalam kitab suci Al-Qur'an yaitu tidak membentuk badan, tidak transparan serta tidak ketat. Potongan baju abaya sendiri memang besar dan seringnya berwarna hitam, karena warna ini tidaklah menarik perhatian. Tujuan pemakaian abaya sendiri agar wanita yang keluar rumah tidak menjadi perhatian orang lain khususnya lawan jenis yang bisa menimbulkan fitnah nantinya. Dan biasanya abaya ini dilengkapi pula dengan nikab (cadar). Namun, seiring berkembangnya zaman busana muslimah muncul dengan berbagai inovasi dan model yang modis, yang mana telah mengubah image busana muslimah yang semula diidentikan sebagai busana kuno dan monoton kini menjadi busana trend sehingga membuat para konsumen dapat memilih busana sesuai dengan yang diinginkan.

Gamis adalah sebutan pakaian longgar bagi pria dan wanita. Namun di Indonesia gamis lebih sering di kenal sebagai sebutan untuk pakaian wanita. Perkembangan gamis di Indonesia sendiri cukup pesat, terlebih dengan timbulnya kesadaran untuk berpakaian sesuai tuntunan agama bagi kaum muslim sendiri. Dahulu gamis hanya di kenakan oleh ibu-ibu pengajian, namun saat ini gamis mudah di jumpai di pasar, acara pernikahan hingga di dunia perkuliahan. Semakin bergulirnya waktu, busana muslimah adalah salah satu busana yang di minati oleh para kalangan mahasiswi. Banyak model gamis yang konsumen jumpai dipasar dengan beraneka ragam, ada gamis modern, gamis syar'i dan gamis batik. Gamis syar'i yang biasa di jumpai adalah gamis yang sepasang kerudung dengan jilbab dan model syar'i juga identic dengan warna gelap. Gamis modern adalah gamis yang memiliki berbagai motif dan memiliki banyak varian warna. Sedangkan gamis batik adalah gamis yang bermotif batik yang biasa dipakai di acara atau dipakai pada saat hari batik sedunia. Untuk standar harga dari masing-masing gamis, akan di jelaskan di tabel berikut :

Tabel 1.1 harga busana muslimah

Model	Standar harga
Gamis modern	50.000 – 100.000
Gamis syar'i	150.000 – 300.000
Gamis batik	100.000 – 150.000

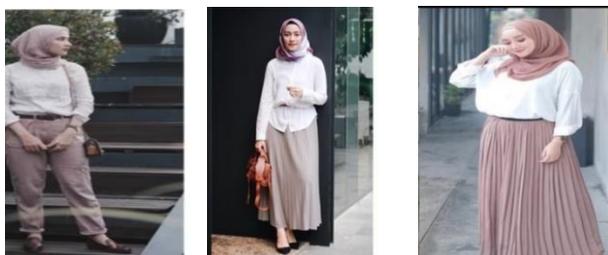
Sumber : pasar Gamalama kota ternate (2021)

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa standar harga dari masing-masing gamis, gamis modernlah yang memiliki harga yang paling relative murah dan mudah didapatkan oleh mahasiswi. Gamis modern juga diminati kalangan mahasiswi, selain dengan harganya yang murah, kualitasnya juga sangat bagus. Penggunaan gamis pada saat ini memiliki dua makna yaitu: fungsinya untuk menutup aurat dan gamis yang mengikuti trend, dengan tujuan agar terlihat *fashionable*. Beberapa Mahasiswi suka mengenakan busana model gamis

modern dan nada juga mahasiswa menggunakan busana konvensional dalam menunjang penampilannya. Polhemus dan Procter menunjukkan dalam masyarakat kontemporer barat, istilah *fashion* seringkali digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya dan busana atau pakaian. *Fashion* adalah cara seseorang dalam memilih gaya berpakaian yang dianggap indah pada suatu masa, digemari dan diikuti oleh banyak orang. *Fashion* juga disebut dengan mode yang bersifat dinamis, selalu berkembang tidak tetap dalam mengalami perubahan setelah melewati masa tertentu, namun tetap akan menunjukkan variasi yang baru. Berikut lampiran gambar busana muslimah model gamis modern dan busana konvensional :



Sumber : Pasar Gamalama Kota Ternate (2021)



sumber : internet

Pada dasarnya gamis dapat dijadikan sebagai gaya hidup, selain harganya yang murah, gamis modern juga mudah didapatkan. Gaya hidup apabila digunakan pemasar dengan tepat maka dapat membantu untuk memahami perubahan yang terjadi pada konsumen dan bagaimana perubahan tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Seseorang yang memiliki tata cara atau keinginan untuk memiliki suatu barang yang dapat membuat ketertarikan pada dirinya itulah yang di sebut dengan gaya hidup. Gaya hidup

seseorang dapat tercipta melalui keinginan sendiri atau dari pendapat orang lain. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu yang dimilikinya (Sumarwan, 2004:257). Gaya hidup dibentuk melalui interaksi sosial. Gaya hidup sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya yang meliputi aktivitas, minat, sikap, konsumsi dan harapan.

Dengan banyaknya permintaan dari konsumen, maka besar peluang bagi para produsen untuk menawarkan dan akan selalu menyediakan atau memproduksi barang-barang tersebut. Gaya hidup adalah bagian dari perilaku konsumen juga mempengaruhi tindakan konsumen dalam sebuah keputusan pembelian. gaya hidup lebih memperhatikan penampilan menghabiskan waktu juga uang agar selalu tampil menarik.

Beberapa penelitian menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Desi Budi Yanti Man yang berjudul “pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian jilbab syar’i Menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Namun, berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sisilia Oktavia Umboh, Altje Tumbel dan Djurwati Soepeno. Dalam penelitian mereka yang berjudul “Analisis kualitas produk, *brand image* dan *lifestyle* terhadap keputusan pembelian pakaian wanita di *MISSISSIPPI* Manado Town Square” menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga merupakan salah satu elemen penting dalam proses menentukan keputusan pembelian. Yang mana harga adalah sejumlah uang yang di bayarkan kepada produsen oleh konsumen yang membeli barang. Menurut kalangan

mahasiswi, busana muslimah selain memiliki harga yang dapat di jangkau oleh berbagai kalangan juga memiliki kualitas yang bagus. Dani Khoerinisa Setyaningsih (2020) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Kenesei dan Todd (2003) dalam penelitiannya menyatakan bahwa “ *price was consistenly stated as a major influencing factor in purchase decision*”. yang berarti harga secara konsisten dinyatakan sebagai factor utama dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2008:314) menyatakan bahwa Harga merupakan sejumlah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga akan menjadi pertimbangan yang cukup penting bagi konsumen dalam memutuskan pembeliannya.

Selain harga, kualitas produk juga menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Kualitas produk ini merupakan salah satu faktor yang membuat konsumen melakukan keputusan pembelian. Apabila kualitas dari produk busana muslimah bagus, maka keputusan pembelian juga meningkat. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wulan Vrandita yang berjudul “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerudung instan Rabbani bagi siswi SMAN 5 Kota Jambi” menunjukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2007:347) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan, dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternative penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Kotler dan Armstrong (2012:181) mengatakan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Proses pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian berbeda-beda tergantung pada jenis keputusan pembelian. Pengambilan keputusan yang diambil oleh seseorang dapat disebut sebagai pemecahan masalah. Calon pembeli akan mencari tahu informasi terkait dengan harga dari produk yang akan di beli oleh calon konsumen, kemudian informasi tersebut akan dievaluasi dan akhirnya akan menentukan konsumen untuk memutuskan membeli produk tersebut.

Jika melihat perkembangan busana muslimah model gamis modern yang semakin tren, kini gamis bukan hanya sekedar busana teologis yang meyakini bahwa gamis merupakan busana yang diwajibkan dalam islam atau karena takut akan dosa, melainkan kini gamis dijadikan sebagai tuntunan gaya hidup, karena alasan modis atau *lifestyle* agar nampak cantik dan trendi. Fenomena gamis modern menarik untuk diteliti karena gamis ini mulai digunakan di sekitar kampus terutama di Fakultas Ekonomi dan Bisnis oleh mahasiswi muslimah. Hal ini dapat dilihat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebagian mahasiswi menggunakan busana muslimah model gamis. Sebagian mahasiswi juga menggunakan busana konvensional untuk terlihat menarik. Yang mana dapat diketahui bahwasanya

mahasiswi fakultas ekonomi itu sangat peduli terkait dengan penampilan mereka. Mahasiswi Ekonomi dikenal juga sebagai ahli fashion. Mereka cukup handal untuk memadukan dan membuat dirinya nyaman dengan pakaian yang mereka kenakan. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian terkait dengan busana muslimah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Ingin mengetahui, apakah penggunaan busana muslimah itu hanya sekedar dijadikan gaya hidup ataukah memang sebagai kewajiban perempuan muslimah dalam menggunakannya.

Selain itu, Ketidakkonsistennya hasil penelitian terdahulu yang mengemukakan adanya pengaruh positif gaya hidup terhadap keputusan pembelian seperti penelitian yang dilakukan oleh (Adhianti Laras Pratiwi 2017; dan Rosnani, 2019). Namun, berbeda halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Sisilia Oktavia Umboh, dkk (2015) dengan hasil terdapat pengaruh negative gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena dan uraian latar belakang masalah yang terjadi di atas, maka peneliti mengajukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Busana Muslimah Model Gamis Modern Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat di susun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada busana muslimah?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslimah

3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslimah
4. Apakah gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslimah?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian
2. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian
3. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian
4. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Menambah pengetahuan bagi pembaca dan memperluas wawasan di bidang manajemen pemasaran khususnya mengenai, gaya hidup dan harga yang berpengaruh pada keputusan pembelian suatu produk.

2. Manfaat praktis

Untuk memberikan gambaran yang lebih nyata khususnya mengenai gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada Busana Muslimah model Gamis.