

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Jenis atau kebutuhan konsumen pada dasarnya terbagi menjadi tiga macam yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Jenis kebutuhan primer antara lain sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (rumah). Untuk jenis kebutuhan sekunder antara lain adalah kendaraan, telepon, televisi, dan masih banyak jenis yang lain. Sedangkan kebutuhan tersier merupakan jenis kebutuhan yang sebenarnya tidak harus dipenuhi. Jenis barang tersier antara lain adalah komputer, mobil dan lain-lain.

Berdasarkan jenis kebutuhan tersebut, maka dapat dipastikan bahwa kebutuhan primer merupakan kebutuhan manusia yang terlebih dahulu harus dipenuhi. Kebutuhan manusia akan sandang (pakaian) dewasa ini telah bergeser, mereka membeli pakaian yang tidak hanya berdasarkan pada kebutuhan semata dengan model yang biasa, namun bergeser pada mode yang terjadi pada masyarakat (Ferrinadewi, 2004). O'Cass mendefinisikan busana modis (*fashion clothing*) sebagai sesuatu yang dapat dijadikan sebuah panutan. Menurut Davis, 1994 dikutip dalam O'Cass, 2004, konteks panutan disini adalah gaya dan mode busana yang mempengaruhi konsumen dari waktu ke waktu, tetapi sebuah panutan akan berbeda-beda dengan panutan daerah lain, dengan kata lain, panutan ini selalu bergeser atau sedang dalam proses. Oleh karenanya konsumen berusaha untuk selalu mengikuti mode yang selanjutnya akan berdampak pada perilaku

konsumtif. Pemasar perlu mengetahui apa dan siapa yang terlibat dalam keputusan membeli dan keterlibatan yang dimainkan oleh setiap orang karena konsumen memiliki pengetahuan akan produk dan materialisme merupakan salah satu variabel kunci dalam keterlibatan konsumen terhadap produk terutama busana modis (*fashion clothing*) (O'Cass, 2004).

Keterlibatan dipandang sebagai tingkat perhatian dan minat serta seberapa penting produk itu untuk yang bersangkutan, yang dipicu oleh suatu stimulus dalam situasi yang spesifik dimana didalamnya terdapat motivasi konsumen untuk memproses informasi yang berhubungan dengan produk (Solomon, 2002). Sedangkan keterlibatan produk (*product involvement*) berhubungan dengan tingkat ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dalam mempengaruhi proses pembelian produk bagi konsumen yang nantinya diharapkan dapat menimbulkan suatu kepercayaan pada diri konsumen. Oleh karenanya pemasar sangat memperhatikan lingkungan demografi seperti jenis kelamin dan umur karena melibatkan manusia, dan manusialah yang membentuk pasar (Kotler, 1997: 74). Pria dan wanita memiliki sikap dan perilaku yang berbeda sebagian dibentuk oleh genetika dan sebagian disebabkan oleh praktek-praktek sosial (Kotler, 2002). Selain itu kebutuhan dan keinginan konsumen berubah sesuai dengan perkembangan umur.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul: **Konsumsi Busana Modis (*Fashion Clothing*); Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Akibat Keterlibatan Busana Modis (*Fashion Clothing Involvement*) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.**

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara gender, umur, tingkat materialisme terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
2. Bagaimana pengaruh antara keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) dan pengetahuan konsumen akan mode terhadap kepercayaan (*Confidence*) konsumen di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

## **1.3. Batasan Masalah**

Untuk membatasi permasalahan agar tidak terlalu luas maka penulis memberikan batasan sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan untuk pria dan wanita yang tinggal di Kabupaten Sleman, Yogyakarta yang berusia 17 tahun sampai 60 tahun.
2. Responden dengan jumlah sampel 100 orang.
3. Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2007.
4. Variabel penelitian yaitu:
  - a. Keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*). Solomon (2002) mendefinisikan keterlibatan sebagai tingkat perhatian dan minat serta seberapa penting produk itu untuk yang bersangkutan, yang dipicu oleh suatu stimulus dalam situasi yang spesifik dimana didalamnya

terdapat motivasi konsumen untuk memproses informasi yang berhubungan dengan produk. Sedangkan keterlibatan produk (*product involvement*) berhubungan dengan tingkat ketertarikan konsumen terhadap suatu produk tertentu. O'Cass mendefinisikan busana modis (*fashion clothing*) sebagai memiliki sesuatu yang dapat dijadikan sebuah panutan. Menurut Davis, 1994 dikutip dalam O'Cass, 2004, konteks panutan disini adalah gaya dan mode busana yang mempengaruhi konsumen dari waktu ke waktu, tetapi sebuah panutan akan berbeda-beda dengan panutan daerah lain, dengan kata lain, panutan ini selalu bergeser atau sedang dalam proses

b. Kepercayaan, dalam konteks ini, mewakili kepercayaan bahwa konsumen yakin akan kemampuan mereka untuk membuat pilihan, baik membeli dan mengkonsumsi, dalam hal ini busana modis (O'Cass, 2004).

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gender, umur, tingkat materialisme terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) dan pengetahuan konsumen akan mode terhadap kepercayaan konsumen di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.

## **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

### **1. Bagi penulis**

Penulis dapat membandingkan dan menerapkan teori-teori yang telah di dapat dengan kenyataan yang ada dan berkaitan dengan manajemen pemasaran, khususnya mengenai keterlibatan konsumen dalam konsumsi busana modis (*fashion clothing*).

### **2. Bagi perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam menentukan strategi pemasaran perusahaan.

### **3. Bagi pihak lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan juga sebagai referensi untuk menambah pengetahuan.

### **4. Bagi Universitas Atma Jaya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi pada perpustakaan Universitas Atma Jaya dan dapat dijadikan pertimbangan dan perbandingan bagi penelitian selanjutnya.

## **1.6 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (sugiyono, 2004). Hipotesis dari penelitian ini adalah :

- H1** : Materialisme mempunyai pengaruh positif terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*)
- H2** : Wanita lebih memperhatikan busana modis (*fashion clothing*) daripada pria
- H3** : Umur mempunyai pengaruh negatif terhadap keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*)
- H4** : Keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) mempunyai pengaruh positif terhadap persepsi konsumen akan pengetahuan mode
- H5** : Pengetahuan mode mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan busana modis (*fashion clothing*)
- H6** : Keterlibatan busana modis (*fashion clothing involvement*) mempunyai pengaruh positif terhadap kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan busana modis (*fashion clothing*)

#### **1.7. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab pendahuluan memuat latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang uraian teori yang berhubungan erat dengan penelitian sehingga diharapkan dapat membantu memecahkan masalah yang ada.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang lokasi penelitian, bentuk penelitian, populasi dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengujian instrumen dan metode analisis data.

## **BAB IV : ANALISIS DATA**

Dalam bab ini memuat uraian jawaban dari masalah yang diajukan dengan bantuan teknik yang telah diterapkan secara statistik dari data yang dikumpulkan dalam penelitian.

## **BAB V: PENUTUP**

Dalam bab ini berisi kesimpulan yang dapat dibuat berdasarkan hasil analisis data beserta saran-saran yang disampaikan untuk mencapai tujuan yang diharapkan.