

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia fashion terutama di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat (Rio Winto, 2021). Hal ini dipicu oleh globalisasi (Kusuma and Satria Pramudana 2017) sekarang ini masyarakat Indonesia sudah mulai sadar terhadap pemilihan *fashion*, Ketika melakukan pembelian pakaian selalu memilih pakaian yang bagus dan bermerk (Handa and Khare, 2013). Pesatnya perkembangan fashion di Indonesia kini disebabkan oleh semakin maraknya sosial media seperti facebook, ig, dan wa (Tyaswara et al. 2017). Fashion sekarang merupakan kebutuhan manusia untuk mengikuti perkembangan zaman sebagai gaya hidup. Menurut (Kotler&keller, 2016) gaya hidup ialah cara hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui aktifitas, minat dan pendapat (Pustaka, Pemikiran, and Hipotesis 2016). Di era yang modern ini kesadaran mode tinggi saat ini mengarah ke gaya hidup yang memuaskan dengan cara berpakaian (Elmiani, 2020). Jaman sekarang berbusana tidak hanya untuk menutupi tubuh namun berbusana sekarang dimanfaatkan sebagai identitas diri (Islamiah 2015). Disaat kita memakai pakaian yang berkualitas dan ber merk di situlah diri kita dianggap orang yang mempunyai derajat sosial tinggi (Soeganda, 2021). Pengikut mode fashion seperti itu tidak hanya terjadi di kalangan orang tua namun juga terjadi di kalangan remaja (Muposhi 2021). Model pakaian saat ini bermacam – macam mulai dari pakaian adat, pakaian sekolah, pakaian santai, dan pakaian nasional. Batik saat ini

masuk dalam kategori pakaian nasional (Suciati 2020)

kaum milenial sekarang kurang minat beli terhadap batik. Milenial sekarang lebih umum berbusana santai daripada memakai baju batik. Menurut pendapat kaum milenial batik merupakan suatu hal yang kuno dan tidak wah, hal itu di ungkapkan oleh iwet Ramadan (Putri, 2021). Proses pengambilan keputusan pembelian seseorang di pengaruhi oleh beberapa factor. Salah satunya factor budaya. Factor budaya seperti jika lingkungan memakai kostum tersebut maka yang lain termotivasi dan mengikuti (Sojali et al. 2021). Di zaman yang maju ini dunia semakin berkembang pola hidup masyarakat juga semakin canggih bisa dilihat dari kegiatan kesehariaannya(Karina et al., 2013). Saat ini teknologi juga semakin maju,dengan adanya kemajuan teknologi handpone,internet kini memudah seseorang melakukan pembelian (Oliveira, 2017). Seseorang yang mempunyai kesadaran fashion, sadar bahwa penampilan adalah sangat penting, sehingga berdampak pada keputusan pembelian (Ariati and Pratama 2020a). Kesadaran fasion saat ini sangat cepat di ikuti oleh kaum milenia(Handa & Khare, 2013). Karena Saat ini generasi milenial memiliki jumlah yang besar dalam struktur kependudukan di Indonesia (Elmiani, 2020). Milenial di jadikan target pasar saat ini dan masa depan karena milenial berperan penting dalam keputusan pembelian(Adib & El-Bassiouny, 2012). Semakin sadarnya manusia terhadap fashion conciusness berarti bahwa semakin tertarik seseorang dalam membeli suatu barang(Ariati and Pratama, 2020). Adapun konsumen dengan disposisi materialistis yang tinggi disisi lain percaya bahwa pendapatan dan dan barang-barang materi sangat penting dalam hidup beranggapan bahwa hal tersebut

merupakan indikator keberhasilan untuk mencapai kepuasan hidup (Michaela and Orna 2015)

Konsumen materialistis beranggapan bahwa kepemilikan barang dan materi sebagai pusat kehidupan, kesuksesan seseorang, dan harta (Consciousness et al., 2015). Pada kenyataannya fashion saat ini di gunakan kaum milenial sebagai kebutuhan sehari-hari, identitas diri, kebahagiaan, dan media penampilan (Rahman et al., 2018). Besarnya generasi milenial menjadi ancaman apabila tidak bisa melestarikan budayanya seperti melestarikan kain batik seperti yang terjadi saat ini (Elmiani, 2020). Menurut (Karabati and Cemalcilar 2010) dengan adanya perkembangan fashion yang di anggap sebagai harta, materialism tersebut justru mengalihkan tanggung jawab komunal dalam kehidupan sehari – hari. Materialism juga di kaitkan dengan konsekuensi sosial negatif seperti lemahnya kepedulian terhadap lingkungan (Karabati & Cemalcilar, 2010). Seseorang yang memiliki nilai materialisme cenderung beranggapan bahwa memperoleh harta benda merupakan tujuan utama hidup (Ariati and Pratama 2020) Selain materialisme keterlibatan mode mempengaruhi peningkatan pembelian suatu barang (Panta 2022)

Dengan adanya perkembangan zaman sekarang ini banyak gaya fashion barat bermunculan di indoneisa dan di gemari oleh banyak masyarakat (Tyaswara et al., 2017). Sehingga keterlibatan milenial terhadap pemakaian batik masih rendah (Elmiani 2020) Kini masyarakat indonesi selalu berinovasi untuk membuat batik lebih dikenal oleh kaum milenial, dengan cara membuat motif batik sesuai dengan kaum milenial tapi nilai batik sendiri masih tetap ada (Vanya Karunia Mulia Putri 2021). Keterlibatan fashion berhubungan erat

dengan karakteristik dan pengetahuan fashion yang akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam melakukan pembelian (Amalia 2016). Kurang terlibatnya kaum milenial terhadap pembelian batik karena masih terkesan kuno untuk outfit sehari – hari (Elmiani 2020) Padahal batik ialah bagian dari seni mencampurkan dan menggambar berbagai warna pada kain Batik menurut (Yusril, 2015). Batik Indonesia di akui sebagai situs warisan dunia (Ramadhian 2020) Warisan dunia batik telah berlaku sejak 2 oktober 2009, pada saat UNESCO mengakui batik sebagai warisan kemanusiaan budaya lisan dan nonbendawai (Galih, 2017). Hal ini karena memenuhi kriteria yang kaya akan simbolisme dan makna filosofis kehidupan masyarakat Indonesia (Handayani 2016). Namun seiring dengan perkembangan jaman fashion yang bermunculan kini gaya fashion barat (Tirtasari 2008). Disisi lain kini fashion budaya indonesia yaitu batik sudah tidak terlalu di minati kalangan remaja pada umumnya. Kini tren batik sudah tidak menonjol lagi dengan adanya fashion dari barat (HS et al., 2020). Sekarang batik justru hanya di pakai di acara tertentu saja seperti sekolah tidak di pakai sehari – hari (Elmiani, 2020). Hal tersebut karena di sebabkan oleh perkembangan zaman seperti yang sekarang ini (Soeganda, 2021).

Penelitian ini selain didasari oleh fenomena bisnis juga didasari oleh temuan riset gap yang ditemukan dari penelitian terdahulu sebagaimana yang di jabarkan pada table 1 berikut ini:

Table 1.1 Riset Gap

No	Jenis Riset	Penjabaran
1.	Kontroversi riset (fashion consciousness)	(Talaat 2022);(Ariati and Pratama 2020a) dan (Hindrayani et al. 2022)dalam penelitiannya mereka menemukan bahwa fashion conscousness berpengaruh signifikan terhadap purchase .sedangkan (Ariffin and Februadi 2022)menemukan bahwa fashion conscousness tidak berpengaruh signifikan terhadap purchase.
2.	Kontroversi riset (materialism)	(Regina and Sukaatmadja 2014);(Sujono, Wijayanto, and Sondakh 2013) dan (Laksana & Suparna 2015) dalam penelitiannya mereka menemukan bahwa materialism berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian. (Wijaya and Yuniarinto 2015) dan (Ariati and Pratama 2020a)menemukan bahwa variable materialism tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian.
3.	Kontroversi riset (fashion involvement)	(Jones & Kim, 2010); (Panta 2022) dan (Amalia 2016)dalam Penelitiannya mereka menemukan bahwa fashion involvemen berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah fashion consciousness berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia ?

1.2.2 Apakah materialism berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia?

1.2.3 Apakah fashion clothing involvement berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia ?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fashion consciousness terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia

1.3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh materialism terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia

1.3.3 Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh fashion clothing involvement terhadap keputusan pembelian baju batik oleh remaja di Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi penulis :

Dapat mempraktekkan teori yang diperoleh dan belajar untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan serta digunakan sebagai tambahan informasi dan memperluas wawasan pengetahuan. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori tentang *Fashion consciousness, Materialism, Fashion Clothing Involvement* yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.

1.4.2 Bagi pihak lain :

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.