

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dunia usaha dan bisnis di Indonesia dimasa sekarang sangatlah banyak khususnya sarung. Sarung sudah menjadi trendikalangan tua, muda, maupun anak-anak karena sarung merupakan sarana penutup aurat pada saat umat Islam melakukan ibadah shalat. Pada masa sekarang banyak sekali bermunculan iklan-iklan yang ditayangkan di televisi, khususnya iklan mengenai sarung. Perusahaan rela membayar mahal demi mengiklankan merek sarung yang diproduksinya. Salah satu merek sarung yang diiklankan adalah sarung bermerek Wadimor pada saat iklan tersebut ditampilkan prodak sarung wadimore menampilkan iklan yang memperlihatkan merek dan desain-desainnya yang banyak dan bermacam-macam. Iklan yang ditampilkan berhasil mempengaruhi para masyarakat secara umum, terbukti dari banyaknya konsumen yang membeli prodak sarung tersebut pada saat penelitian ini berlangsung.

Fashion muslim sekarang telah menjadi sebagian dari pencitraan diri setiap individu baik wanita maupun pria dari berbagai umur, karena fashion menjadi tolak ukur gaya hidup setiap kalangan pada saat ini khususnya bagi mereka yang beragama Islam. Dan hal ini tidak dapat

dipungkiri lagi karena sudah menjadi gaya hidup orang modern saat ini. Perkembangan dunia fashion muslim saat ini semakin pesat dan beranekaragam setiap individu berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhannya ini, khususnya fashion dalam berbusana muslim untuk beribadah yaitu sarung. Dari penelitian yang dilakukan di toko busana muslim Amarta Ponorogo ada berbagai macam sarung yang telah laku dijual dibulan Agustus 2015 diantaranya yaitu sarung BHS telah laku terjual sebanyak 40 buah, sarung Gajah Duduk telah laku terjual sebanyak 481 buah, sarung Wadimor telah laku terjual sebanyak 460 buah, sarung Atlas telah laku terjual sebanyak 68 buah, dan sarung Manga telah laku terjual sebanyak 31 buah.

Wadimor sebagai Merek sarung yang akhir-akhir ini mulai dipilih oleh konsumen, berusaha danberupaya untuk memuaskan para pelanggannya dengan memberikan yang terbaik untuk mengoptimalkan penjualan produknya di pasaran dengan memunculkan motif-motif terbarunya diantaranya motif Hujan Gerimis Pegunungan, sarung Wadimor Sono Kembang, sarung Wadimor Gunungan Jari-jari, sarung Wadimor Ceria, dan masih banyak yang lainnya. Banyaknya persaingan akan memposisikan pemasaran untuk selalu mengembangkan dan merebut market share. Salah satu untuk mencapai market share adalah dengan periklanan dengan periklanan yang gencardisana sini mulai dari radio hingga televisi diharapkan dapat meningkatkan penjualan sebab dengan berbagai macam Iklan yang

dilakukan diharapkan banyak orang mengenal sarung Wadimor dan tertarik untuk membelinya. Dan dengan periklananlah sarung bermerek "Wadimor" dikenalkan kepada khalayak banyak. Karena Merek itu sangatlah penting untuk diperkenalkan kepada masyarakat sebab dengan Merek sarung akan mempunyai pembeda dengan sarung-sarung dipasaran yang dibuat oleh perusahaan lain. Dan disini peneliti akan menerangkan sedikit tentang Merek. Merek atau *brand* merupakan nama, istilah, symbol, desain, atau kombinasinya yang mencirikan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu peranan adanya merek adalah sebagai penghubung harapan konsumen pada saat produsen menjanjikan sesuatu pada konsumen, dengan demikian dapat diketahui adanya emosional yang dapat tercipta antara konsumen dengan perusahaan melalui Merek. Dengan semakin banyaknya merek sarung yang dibuat oleh perusahaan lain yang ada di pasaran, akan mendorong perusahaan untuk bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai strategi yang tepat, misalnya melalui Iklan, Merek dan Desain.

Perkiraan produk yang dihasilkan oleh perusahaan harus benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen yang sesuai dengan model masa kininya. Selain itu, produk yang dihasilkan dan dikeluarkan oleh perusahaan harus mencerminkan merek dan desain yang baik. Hal tersebut agar sesuai dengan tujuan perusahaan yang mana produk yang dihasilkan dapat diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan dapat memuaskan konsumen, karena produk merupakan titik pusat dari kegiatan

pemasaran. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diketahui dari respon yang ditunjukkan oleh konsumen dan larisnya barang yang dijual dan dalam hal ini adalah penjualan produk sarung “Wadimor”. Karena larisnya penjualan merupakan persepsi konsumen, maka dapat diramalkan jika penjualannya laris maka konsumen suka dan ini merupakan hal positif sebagai tolok ukur hal yang positif bagi perusahaan dan bila penjualannya berkurang ini sebagai tolok ukur negatif dan menjadi evaluasi ataupun koreksi bagi perusahaan. Untuk produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen biasanya produk tersebut tidak akan disukai dan tidak akan bertahan lama dipasaran. Dan Sebaliknya, jika suatu produk disukai oleh konsumen maka produk tersebut akan laris manis dipasaran dan pelanggan akan puas sehingga loyalitas akan dicapai sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

Dan tak kalah pentingnya adalah Desain. Dengan adanya banyak desain sarung khususnya sarung Wadimor maka konsumen akan senang dan bebas memilih sesuai selera masing-masing. Untuk hal-hal yang mendasari dari pada penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah iklan, merek dan desain berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen sarung bermerek Wadimor di Ponorogo. Dan untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli sarung bermerek Wadimor di Ponorogo. Dan disini peneliti ingin melakukan Penelitian yang lain dengan yang lain karena sebelumnya penelitian yang peneliti tahu hanya meneliti tentang kualitas dari sebuah produk tertentu. Dan dari

penelitian ini kemungkinan akan menambah lagi perkembangan penelitian tentang sarung “Wadimor”.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH IKLAN, MEREK, DAN DESAIN TERHADAP MINAT BELI SARUNG “WADIMOR” DI PONOROGO” (STUDI PADA TOKO BUSANA MUSLIM AMARTA PONOROGO)**

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Iklan, Merek, dan Desain secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo?
2. Apakah Iklan, Merek, dan Desain secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo?
3. Variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo?

## **1.3. Batasan Masalah**

Begitu kompleksnya permasalahan maka perlu adanya pembatasan masalah agar pokok permasalahan yang diteliti tetap fokus dan tidak melebar.

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah yang diteliti, diantaranya :

1. Pengaruh Iklan, Merek, dan Desain terhadap minat beli sarung “Wadimor”.



2. Penelitian hanya dilakukan di toko busanamuslimAmarta yang beralamat di Jl. Jaksa Agung Suprpto 15 Mangkujayan Ponorogo utamanya untuk meneliti para konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian sarung “Wadimor”.
3. Waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan penelitian yaitu selama satu bulan.

#### **1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah Iklan, Merek, dan Desain secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui apakah Iklan, Merek, dan Desain secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat beli sarung “Wadimor” di Ponorogo.

##### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Perusahaan  
Sebagai bahan pertimbangan bagi pemilik usaha untuk meningkatkan serta menarik minat beli konsumen melalui perwujudan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

b. Bagi Almamater

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan atau menambah pembendaharaan perpustakaan dan bisa menjadi bahan referensi atau daftar pustaka di kampus. Sekaligus sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya dalam pembahasan yang sama.

c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menguji kompetensi diri selama mendapatkan teori di bangku kuliah serta sebagai persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana.

d. Bagi Pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang Manajemen Pemasaran kaitannya dengan minat beli konsumen.

