

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Persaingan bisnis bukanlah hal baru dalam dunia bisnis perdagangan global, terutama dalam memperebutkan pasar potensial dan mempertahankan konsumen yang ada. Dalam hal ini perusahaan barang dan jasa yang bersangkutan dituntut untuk menangkap peluang yang ada agar dapat bertahan seiring dengan perubahan zaman. Kemajuan zaman dalam berbagai hal berdampak pula pada perilaku dan gaya hidup manusia. Keinginan kebutuhan pokok seperti sandang pangan dan papan yang semula sederhana berkembang lebih kompleks. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok dan juga penunjang penampilan bagi seseorang, pakaian juga mencerminkan pribadi orang yang memakainya. Begitu banyak gaya hidup yang diikuti masyarakat saat ini dari tingkat bawah sampai atas, seseorang memiliki gaya hidup dalam berpakaian yang berbeda-beda, seiring dengan kemauan, kemampuan, kebutuhan yang berubah sampai batas tertentu. *Fashion* pada masa ini sudah sangat jauh berbeda fungsinya dengan masa lampau, bila pada masa lampau *fashion* mungkin hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh dari terik matahari dan cuaca maka pada saat ini *fashion* juga berfungsi sebagai gaya hidup atau bisa disebut *lifestyle*. Tak dapat dipungkiri *fashion* telah berpengaruh kuat terhadap kehidupan manusia modern.

Blouse adalah salah satu fashion yang digemari masyarakat terutama para remaja, yang masih trend saat ini. *Blouse* merupakan pakaian tubuh bagian atas yang bermodel longgar dan bagian bawahnya menggantung. Ukuran panjang *blouse* hanya sampai kurang lebih pinggang (hanya atasan saja) dan berkesan feminim. Berbagai macam model *blouse* diantaranya adalah *Daily Blouse*, *Ruffly Blouse*, *Hanum Blouse*, *Blouse Sabrina casual*, *Ara Blouse*, dan lain-lain (Bambang Wakidi, 2014). Salah satu dari jenis model *blouse* tersebut saat ini, *Ruffly Blouse* merupakan *blouse* yang banyak digandrungi remaja, walaupun sudah bermunculan model *blouse-blouse* lainnya. Selain modelnya yang simple dan nyaman dipakai, harganya terjangkau. Bahkan *Ruffly blouse* sudah menjadi *trend fashion* yang sangat banyak peminatnya, baik dikalangan siswi SMA, mahasiswi, bahkan ibu rumah tangga. Karena *Ruffly Blouse* merupakan pakaian yang *fleksibel*, bisa digunakan kapan saja dan dimana saja, seperti saat *hangout*, saat kuliah, dan juga bisa digunakan saat acara kondangan, modelnya yang simpel dan sederhana tetapi tetap berkesan elegan membuat para konsumen lebih tertarik untuk mengenakannya selain itu, *blouse* ini bisa di padu padankan dengan bawahan seperti celana *jeans*, celana kulot dan rok.

Keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk. Oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

Kemudian konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Dalam sebuah keputusan pembelian terdapat beberapa peran konsumen yaitu *inisiator*, *influencer*, *decider*, *buyer*, *user*. Perusahaan perlu mengenal peranan tersebut karena semua peranan mengandung implikasi guna merancang produk, menentukan pesan dan mengalokasikan biaya anggaran promosi serta membuat program pemasaran (Swastha dan Handoko 2011).

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor budaya, yaitu faktor yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang, faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi oleh kelompok acuan yaitu suatu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut, kemudian keluarga juga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang, selain itu, peran dan status seseorang juga berpengaruh dalam keputusan pembelian karena kedudukan seseorang masing-masing kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran dan statusnya. Faktor Pribadi yaitu merupakan karakteristik psikologis seseorang (Kotler dan Keller 2007).

BY_KK adalah salah satu butik atau grosir pakaian wanita dikota Ponorogo, tepatnya di jalan Let.Jen.S.Parman Keniten Kabupaten Ponorogo Jawa Timur 63412. Berdirinya butik BY_KK sejak Kiki Amalia sebagai owner masih berada dibangku kuliah semester akhir di Akademi Kebidanan Harapan Mulya Ponorogo. Awal mulanya *owner* BY_KK hanya berjualan

baju-baju wanita, pembelinya pun hanya teman-teman sekitaran kampus saja, melihat banyaknya minat dan respon pembeli, Kiki pun berinisiatif untuk menjualkan barang dagangnya secara online melalui media sosial seperti, *whatsapp*, *facebook*, dan *Instagram*. Semakin lama usahanya semakin berkembang pesat hingga saat ini, Hingga pada pertengahan tahun 2016 Kiki Amalia memutuskan untuk membuka butik BY_KK yang berada disamping rumahnya. Dan masih berjalan hingga saat ini.

Jumlah karyawan di BY_KK sebanyak 8 orang diantaranya, 2 admin *whatsapp*, 1 admin rekap computer, 1 admin *Instagram*, 2 parkir, dan 2 penjaga butik. Jumlah pengunjung BY_KK setiap harinya kurang lebih 100 pembeli. *Omzet* yang didapatkan dalam satu hari berkisar 7-8 juta jika dikalikan dalam satu bulan maka berkisar kurang lebih 210 juta. Saat ini BY_KK menjadi pusat pakaian dan aksesoris grosir di Ponorogo. Tak heran jika semakin hari pengunjung atau konsumen BY_KK semakin meningkat. Selain harganya yang murah dan cukup terjangkau barang-barang yang dijual pun juga selalu *up to date* mengikuti model yang sedang *trend* setiap tahunnya.

Untuk mengetahui kebutuhan konsumen para pemasar perlu mengetahui perilaku konsumen dalam pemenuhan kebutuhan konsumen *Ruffly Blouse*. Menurut Kotler (2005), ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk, yaitu : faktor pribadi, faktor psikologi, faktor sosial dan faktor budaya. Terlihat juga dari latar belakang konsumen BY_KK yang sebagian besar adalah remaja yang umumnya berasal

dari daerah dengan kondisi budaya, lingkungan serta ekonomi yang berbeda-beda. Sehingga hal itu sangat berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku mereka dalam pengambilan keputusan untuk membeli blouse jenis Ruffly *Blouse*.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa sangat banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian terhadap suatu produk dan jasa. Oleh karena itu, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen BY_KK dalam membeli *blouse* jenis Ruffly *Blouse*. Sehingga penelitian ini diberi judul **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR BUDAYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUFFLY *BLOUSE* DI BUTIK BY_KK PONOROGO”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka dapat ditentukan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?
2. Apakah faktor pribadi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?
3. Apakah faktor budaya secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?

4. Apakah faktor sosial, faktor pribadi dan faktor budaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?
5. Faktor apakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?

1.2. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.2.1. Tujuan Penelitian

- a. Mengetahui faktor sosial secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di Butik BY_KK Ponorogo.
- b. Mengetahui faktor pribadi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di Butik BY_KK Ponorogo.
- c. Mengetahui faktor budaya secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di Butik BY_KK Ponorogo.
- d. Mengetahui faktor sosial, faktor pribadi dan faktor budaya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di Butik BY_KK Ponorogo.
- e. Mengetahui faktor apakah yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian Ruffly *Blouse* di butik BY_KK Ponorogo?

1.2.2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi yang bersangkutan

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan kontribusi dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai pengaruh sosial, faktor pribadi dan faktor budaya terhadap keputusan pembelian produk. Dan sebagai bahan masukan dalam menentukan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dibidang manajemen, Khususnya dalam bidang manajemen pemasaran mengenai pengaruh faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor budaya dalam keputusan pembelian.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan meningkatkan pengetahuan yang berhubungan dengan Pengaruh faktor sosial, faktor pribadi dan faktor budaya terhadap keputusan pembelian sebuah produk.