

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan yang mempunyai banyak provinsi, masing-masing provinsi memiliki aneka ragam kebudayaan serta kesenian yang berbeda-beda, sebab di Indonesia banyak sekali adat istiadat serta budaya yang melekat di setiap daerah dan suku. Indonesia banyak keberagaman budaya, bisa dilihat dari berbagai macam kesenian, tarian, reog, musik, dan lain sebagainya. Bangsa Indonesia sudah saatnya untuk menyadari akan kekayaan serta keberagaman budaya yang dimiliki bangsa, sehingga kekayaan budaya bisa menjadi aset serta kebanggaan yang bernilai di mata dunia.

Menurut Koentjaraningrat (2009) budaya didefinisikan sebagai sebuah gagasan, perasaan, tindakan serta ciptaan manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri seorang manusia dengan belajar. Menurut Koentjaraningrat (2009), hal ini didapatkan dari usaha manusia dalam bermasyarakat serta bersosialisasi, dengan ini mereka mempunyai gagasan tentang kebudayaan dengan belajar satu sama yang lain. Selain budaya hal lain yang juga tercipta di masyarakat secara sendirinya yaitu tradisi. Tradisi merupakan suatu adat atau kebiasaan yang dilakukan suatu daerah sejak jaman dulu atau turun temurun. Masyarakat menganggap kebudayaan dan adat istiadat sebagai simbol atau perwujudan kecerdasan tradisi masing-masing. Sebuah daerah di Indonesia pasti mempunyai

kebudayaan dan kesenian yang unik dan menarik salah satunya yaitu Kota Ponorogo.

Ponorogo merupakan Kabupaten di Provinsi Jawa Timur yang sangat terkenal di penjuru dunia dikarenakan budaya dan kesenian Reognya. Simbol dari pakaian khas warok Ponorogo yaitu penadon, pakaian khas yang dimiliki oleh Kota Ponorogo. Sedangkan menurut Wijayanto & Kurnianto (2018) Berpendapat bahwa pakaian khas Ponorogo ini menggunakan kain berwarna hitam tebal, menurut kepercayaan orang Ponorogo, warna hitam melambangkan kelanggengan, sedangkan warna merah yang terdapat di lengan kiri dan kanan ketika kedua lengan digulung keluar akan nampak berwarna merah yang menunjukkan bahwa warna merah yaitu berani siap dan tangkas dalam berbuat kebijakan menolong sesama. Dan karena masyarakat Ponorogo disini pecinta budaya lokal, produk lokal, sehingga banyak di temui penjual *merchandise* salah satunya yaitu penadon.

Penadon produk pakaian khas dari Kota Ponorogo, busana adat Jawa yang biasa di sebut dengan busana kejawen, busana ini mempunyai lambang tersendiri bagi masyarakat Ponorogo, khususnya untuk warok Ponorogo. Pakaian ini penuh dengan ajaran Jawa yang di dalam nya terdapat ajaran yang tersembunyi yang melakukan segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitasnya, baik hubungan terhadap manusia, diri sendiri dan Tuhan Yang Maha Esa. Penadon adakalanya penggunaannya dengan *Ngligo Dhodo* atau dengan dada terbuka yang memiliki arti bahwa warok muda masih memiliki jiwa amarah, nampak lebih menonjolkan kesaktian (Wijayanto & Kurnianto, 2018). Baju penadon ini biasanya digunakan seorang warok ketika

ada event-event tertentu saja seperti pentas seni, pentas Reyog atau hari jadi Kota Ponorogo, produk pakaian penadon ini banyak di jumpai di toko-toko kerajinan di Ponorogo, akan tetapi penjual atau pembeli penadon adalah masyarakat lokal, penadon dijual bebas dan semua masyarakat bisa memilikinya, karena banyaknya pesaing sehingga perlu dibutuhkannya citra produk, citra daerah, dan citra perusahaan untuk menarik perhatian pembeli sekaligus nilai tambah bagi pengguna atau pemakai. Berdasarkan hal tersebut sering kali masyarakat yang menggunakan pakaian tersebut akan merasa mudah mengingat produk yang digunakannya dan akan selalu ada di pikirannya.

Kesadaran merek merupakan daya ingat konsumen atau kemampuan seorang untuk mengingat atau mengulas kembali sesuatu tentang apa saja yang bisa di ingat dan di pikirkan oleh konsumen dan merupakan bagian dari produk tertentu yang menurutnya sudah tidak asing lagi baginnya menurut (Humdiana dalam Dharma, 2015) . Produk yang biasa diingat oleh konsumen atau seseorang yang sudah melekat di benak konsumen itu berupa logo, foto, gambar ataupun nama dan pastinya juga mudah di pahami dan mudah di ingat oleh konsumen itu sendiri. Produk yang baik mungkin memiliki citra yang kuat dan dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian . Kesadaran merek tentang penadon adalah penadon yang menurut konsumen adalah produk yang paling di ingat oleh konsumen karena penadon adalah salah satu pakaian khas dari daerah Ponorogo, karena budaya dan kecirikhasannya, maka menjadi produk yang tidak bisa di lupakan, saat seseorang memakai penadon akan lebih wibawa dan percaya

diri, maka dari itu penadon akan selalu diingat oleh masyarakat tepatnya masyarakat Ponorogo.

Keputusan pembelian ada banyak faktor yang mempengaruhinya, tidak hanya dipengaruhi oleh *brand awareness* dan *prestice* saja, tetapi juga dalam penelitian yang akan ditelit akan ditambah satu variabel lagi yaitu *brand image*, dikarenakan jika konsumen memiliki pikiran positif terhadap produk maka lebih memungkinkan jika konsumen juga akan melakukan sebuah keputusan pembelian. Kesadaran merek bisa dimengerti dengan mempelajari cara-cara untuk memahami *brand awareness* menciptakan sebuah nilai. Dapat diketahui bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran merek, maka produk yang ada tersebut juga selalu ada dalam ingatan konsumen, dengan menggunakan atau memakai baju penadon konsumen tersebut akan mendapatkan nilai tambah bagi pengguna atau pemakai.

Prestice yaitu sebuah kehormatan, perbawa dan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang yang membuat dirinya tersebut merasa berbeda atau istimewa, dengan memakai produk penadon konsumen akan merasa dirinya berbeda dan mempunyai nilai tambah tersendiri serta lebih mempunyai rasa percaya diri, karena masyarakat kebanyakan membeli produk yang berkualitas untuk membuat dirinya terlihat wibawa di mata masyarakat. Dengan banyaknya produk yang sama di pasaran, maka akan membuat konsumen juga memiliki berbagai banyak macam pilihan dalam memilih produk yang akan dibelinya tersebut mulai dari segi harga, kualitas, dan juga model-model yang ada pada produk.

Manusia akan bangga jika di segani serta di hormati oleh banyak orang dan masyarakat disekitarnya, sebuah kehormatan akan menjadi masalah, karena hal tersebut dihubungkan dengan kebudayaan dan kelompok sosial yang terdapat di daerah-daerah lain dan juga wilayah lingkungan sekitar, karena di setiap lingkungan pasti akan ada perbedaan. Masyarakat beranggapan bahwa barang yang bisa membuat seseorang akan menjadi percaya diri dan merasa disegani itu dikarenakan produk yang dibeli tersebut bernilai tinggi. Penadon adalah pakaian khas yang dimiliki oleh masyarakat Ponorogo karena produk baju penadon adalah salah satu lambang dari daerah, dan penadon disini juga ingin menjadi salah satu bagian yang terpenting di Kota Ponorogo, biasanya baju penadon dipakai oleh seorang warok untuk mengadakan pentas reog, pentas seni dan dipakai saat ada event-event tertentu, semua masyarakat bisa memilikinya, bukan hanya orang tua tetapi orang remaja dan dewasa pun bisa memilikinya, karena orang dewasa biasanya mempunyai paguyuban Reyog. Dengan adanya produk tersebut konsumen pasti akan melakukan keputusan pembelian dengan menentukan sebuah pilihan.

Brand image adalah cara untuk mengembangkan sebuah produk agar konsumen akan dapat kenal dengan produk tersebut, cara ini mungkin akan mempengaruhi perilaku konsumen untuk menentukan sebuah pilihan. Menurut Ferrinadewi (Musay, 2013) *brand image* didefinisikan sebagai persepsi konsumen terhadap merek yang merupakan pikiran atau gagasan dari diri sendiri terhadap suatu barang yang mereka pilih. Dalam perilaku konsumen tindakan pembelian ini akan berlangsung lama, jika kualitas dan

harga tidak sesuai atau tinggi maka akan mempertimbangkan lebih lanjut, tetapi jika kualitas dan harganya cocok maka konsumen juga tidak terlalu lama untuk usaha ingin memilikinya.

Kotler dan Armstrong (2010) mendefinisikan bahwa citra merek yaitu persepsi serta keyakinan seseorang yang tercermin dalam asosiasi yang ada dalam pikiran konsumen atau di benak seseorang. Adanya *brand image* yang baik akan menimbulkan pengenalan sebuah produk ke pasaran dengan tujuan untuk menarik minat konsumen atau mempengaruhi konsumen untuk membangun minat beli di pikiran seseorang, serta membangunkan hasrat konsumen dalam perilaku pembelian, maka akan memungkinkan untuk lebih lagi bisa meningkatkan penjualan, dan memaksimalkan pangsa pasar serta mengembangkan ekuitas merek. Dalam hal ini produsen akan menciptakan hal baru sebuah produk yang pastinya akan diterima di kalangan masyarakat. Masyarakat menganggap bahwa barang yang bisa membuat seseorang akan menjadi percaya diri dan merasa disegani itu dikarenakan produk yang dibeli dan digunakan tersebut bernilai tinggi di mata masyarakat.

Berdasarkan dengan apa yang di buat dan disampaikan diatas, maka penulis mengangkat tema ini untuk menjadikan sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Awareness*, *Prestice*, dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Baju Penadon**”.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Baju Penadon?
2. Apakah *Prestice* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Baju Penadon?
3. Apakah *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Baju Penadon?
4. Apakah *Brand Awareness*, *Prestice*, dan *Brand Image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian Baju Penadon?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness* terhadap keputusan pembelian Baju Penadon.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Prestice* terhadap keputusan pembelian Baju Penadon.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Baju Penadon.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Brand Awareness*, *Prestice*, dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian Baju Penadon.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari beberapa tujuan diatas maka diharapkan penelitian ini dapat membantu dan bisa bermanfaat bagi semua orang termasuk :

1. Bagi Peneliti

Adanya penyusunan penelitian ini dilakukan agar peneliti dapat menambah pengetahuan dan pembelajaran tentang daerahnya, dan akan lebih memahami mengenai budaya di daerahnya.

2. Bagi Pembaca

Dari hasil penelitian ini diharapkan si pembaca dapat sedikit menambah ilmu pengetahuan, dan wawasan yang lebih luas, serta dapat mengembangkan terkait dengan variabel-variabel yang sudah diurai dan dijabarkan oleh penulis tersebut.

3. Bagi Pemerintah Daerah

Diharapkan pemerintah bisa mengambil langkah, serta strategi untuk menjunjung tinggi daerah, dan strategi yang tepat untuk menambah kemajuan daerah.