

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini kebutuhan manusia semakin beragam, kebutuhan dan keinginan masyarakat yang terus mengalami peningkatan mengakibatkan masyarakat kesulitan membedakan kebutuhan primer dan mana kebutuhan sekunder. Saat ini, masyarakat terpaksa bergerak menuju postmodern yang menyertai dengan perkembangan masyarakat hasil dari penggunaan berlebihan, sama dengan halnya pakaian. Pakaian adalah Salah satu produk yang selalu digunakan oleh masyarakat setiap hari untuk memuaskan keinginannya, setiap individu seperti berlomba-lomba pergi ke tempat pebelanjaan yang menjual pakaian, untuk menjual pakaian sekarang banyak berbagai model dan merek dikarenakan permintaan yang begitu banyak. Saat ini masyarakat untuk membeli pakaian sudah tidak peduli produk pakaian baru ataupun bekas karena menyesuaikan dengan keinginan masing-masing.

Maraknya produk pakaian bekas impor saat ini sedang memenuhi pemasaran Indonesia. Produk yang sekarang banyak diminati oleh masyarakat saat ini yaitu pakaian bekas impor. Dengan pakaian bekas import ini penjualan semakin meningkat dikarenakan pakaian bekas import sudah dianggap lebih berkualitas dan lebih murah dibandingkan dengan produk lokal. Berbisnis pakaian bekas impor semakin lama akan berkembang. Selain harga yang murah, dan

peminat atau konsumen mendapatka pakaian bekas bermerek ternama yang masih layak pakai.

Sikap konsumen menurut Suryani (2008:159) adalah faktor psikologis yang perlu dipahami oleh pemasar karena sikap dianggap mempunyai korelasi yang positif dan kuat dengan perilaku. Sehubungan dengan keputusan pembelian saat memilih produk pakaian bekas import maka konsumen harus benar-benar memahami beraneka ragam sikap konsumen terhadap apa yang menjadi keinginannya.

Menurut Rosnaini (2017; 37), Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi, dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Jadi kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Pada pakaian bekas import tidak semua kualitas produk bekas pakai dari import, Melainkan ada produk pakaian yang telah disortir dari butik yang sudah tidak layak dipasarkan pada butik tersebut dikarenakan ada banyak model terbaru.

Menurut Zulkifli dalam Rorong (2010:65) Menjelaskan, Harga merupakan suatu alat pemasaran yang dipergunakan oleh suatu organisasi. Juga harga merupakan alat yang sangat penting dan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli dalam sektor publik. Dengan harga murah, kualitas bagus dan masih layak pakai tentunya tidak ada perbedaan dibandingkan baju baru, jadi dengan harga baju baru tersebut konsumen bisa mendapatkan beberapa pakaian bekas kualitas import yang tidak jauh berbeda.

Menurut Kotler dan Amstrong (2007:181) Keputusan Pembelian adalah membeli merek yang disukai dari berbagai alternative yang ada. Oleh karena itu, pada pengambilan keputusan pembelian harus melewati proses pemilihan yang diambil salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Dalam dunia bisnis, keputusan tentang pembelian produk menjadi masalah yang sangat penting karena dengan adanya persaingan yang semakin ketat. Keputusan pembelian merupakan fitur apakah pemasaran selesai dengan hasil positif atau tidak. Keputusan pembelian menjadi bagian penting dalam perilaku konsumen. dalam bisnis apapun hal yang harus diperhatikan adalah bagaimana bisnis dapat mendorong keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang disediakan. Setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk dengan sikap konsumen, harga serta kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi.

Beberapa hal yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian diatas juga terjadi pula pada seseorang yang membeli pakaian bekas import pada Store Barang Mama Sidoarjo. Store Barang Mama merupakan salah satu bentuk toko yang menjadi salah satu lokasi untuk menjual pakaian bekas import. Toko ini menjadi solusi adanya keinginan konsumen yang tinggi akan produk bagus sebagai pemenuh sikap konsumen terhadap bahan dari baju bekas import dengan harga yang sangat menguntungkan. Masyarakat berpikir bahwa banyak keuntungan untuk membeli pakaian bekas import, meskipun dijual dengan kondisi bekas tetapi kualitas masih bagus dan masih layak pakai. Selain itu juga, berbagai macam sikap konsumen dalam membeli pakaian

bekas import menjadikan pemasar harus memahami bagaimana sikap konsumen tersebut. Dapat disimpulkan selain sikap konsumen, harga dan kualitas produk menjadikan alasan masyarakat membeli pakaian bekas import. Karena harga dan kualitas produk saat banyak diminati dengan harga yang murah yang masih layak pakai.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Sikap Konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo?
2. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo?
3. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo?
4. Apakah Sikap Konsumen, Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Sikap Konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo
4. Untuk mengetahui pengaruh Sikap Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pakaian bekas impor pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
Sebagai pengaplikasian ilmu manajemen pemasaran dan sebagai informasi dalam pemecah permasalahan tentang pengaruh sikap konsumen, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Store Barang Mama di Sidoarjo.
2. Bagi Tempat Peneliti
Dengan adanya penelitian ini agar diterapkan untuk memperbaiki kondisi store sehingga mendapatkan respon baik dari konsumen tersebut dan memberikan sebagian

pemikiran atau sebagai bahan masukan untuk store berupa masukan atau saran.

3. Bagi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau kemampuan kelulusan perguruan tinggi sehingga Universitas bisa melakukan perbaikan-perbaikan dalam metode pembelajarannya agar sesuai dengan tuntutan dari dunia kerja. Selain itu, juga bisa sebagai referensi tambahan, menambah ilmu pengetahuan serta dapat menjadi acuan atau kajian bagi penulis dimasa yang akan datang.