

BAB I

PEDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan Negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Tetapi walaupun muslim menjadi mayoritas, Indonesia bukan Negara yang berdasarkan islam. Sebagai seorang muslim tentu saja harus memperhatikan cara berpakaian sesuai dengan nilai agama, maka dari itu busana muslim adalah kebutuhan untuk berpakaian untuk umat muslim. Pada era 1900-an dahulu pakaian muslim sama belum memiliki tempat di hati masyarakat Indonesia, pakaian muslim terutama bagi wanita belum banyak ditemukan penggunaannya . sehingga akhirnya tidak banyak wanita yang merasa percaya diri mengenakan hijab dan menggunakan hijab pada saat itu terlihat kuno.

Pada tahun 2000an tren hijab mulai berkembang, bisa dilihat pada masa kini kita banyak menemukan hijab mulai digemari oleh berbagai masyarakat muslim di Indonesia. Hijab tidak lagi terkesan kuno melainkan terkesan modis. Indonesia memiliki banyak talenta muda berbakat yang berdedikasi menyumbangkan ide cemerlang nya

dalam bidang fashion, sehingga bisa merubah pakaian Muslim yang tadinya kuno menjadi sebuah pakaian yang modis dan trendi. Bisa dilihat pada gambar 1.1 perkembangan hijab dari zaman ke zaman



Gambar I.1

Perkembangan baju muslim di Indonesia

Sumber : <http://auliafashion.id/perkembangan-baju-muslim-di-indonesia/>

Berbagai model pakaian mengalami perkembangan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, pada saat ini mulai berkembang toko pakaian produk produk busana muslim. Toko busana muslim zakiya salah satu toko yang membuat baju muslim dengan berbagai model. Toko busana muslim zakiya tidak hanya menjual baju muslim wanita tetapi menjual baju muslim pria.

Toko busana muslim zakiya memiliki berbagai model pakaian mulai dari gamis, rok, atasan, kerudun dan baju koko untuk pria. . Toko busana muslim zakiya juga menerima pesan untuk seragam muslim. Pada tabel 1.1 biasa dilihat omset yang diperoleh . Toko busana muslim zakiya

Tabel I.1

Omset perbulan Toko Busana Muslim zakiya

No	Bulan	Omset (perbulan)
1	Januari	Rp 82.215.000
2	Februari	Rp 83.767.000
3	Maret	Rp 140.015.000
4	April	Rp 153.460.000
5	Mei	Rp 185.355.000
6	Juni	Rp 200.415.000

Sumber: Toko busana muslim zakiya

Berdasarkan tabel diatas omset penjualan yang diperoleh oleh Toko busana muslim zakiya perbulannya dengan menghitung jumlah omset yang diperoleh Toko busana muslim zakiya. Pada bulan menjelang lebaran yaitu bulan Mei dan Juni omset penjualan Toko busana muslim zakiya meningkat. Pada bulan Mei dan Juni menjelang lebaran omset penjualan akan meningkat karna kebutuhan baju muslim pada saat

lebaran akan lebih diminati karena saat menjelang lebaran busana muslim akan memperbarui model dari busana muslim. Dan menjelang lebaran biasanya banyak keluarga yang membuat seragam untuk busana muslim.

Menurut Kotler dan Keller (dalam Rafiz, Arifin dan Hidayat 2016) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Menurut Kotler dan Keleer (2016) perilaku konsumen di pengaruhi oleh empat faktor budaya, yaitu: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.. Faktor sosial adalah kondisi masyarakat yang dipengaruhi oleh lingkungan serta nilai nilai anggotanya baiak dari kelompok acuan, keluarga dan peran dan stasun menurut Kotler dan Armstrong (2016) dan faktor pribadi adalah karakteristik psiokolgi yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

Setiap konsumen melakukan pembelian biasanya akan memilih sesuai dengan keinginan konsumen. Konsumen mengambil keputusan pembelian dipengaruhi faktor faktor perilaku konsumen. Maka dari itu peneliti akan meneliti dua faktor dari faktor perilaku konsumen yaitu faktor sosial dan faktor pribadi. Faktor sosial dimana seseorang dianggap

menjadi bagian dari sebuah struktur sosial dan bagaimana struktur sosial yang memiliki keterkaitan terhadap pola perilaku konsumen. Faktor pribadi adalah karakteristik dari konsumen maka faktor pribadi memiliki pengaruh yang dominan terhadap keputusan pembelian karena konsumen cenderung akan memilih sebuah produk yang sesuai dengan kepribadiannya.

Berkaitan dengan hal tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BUSANA MUSLIM ZAKIYA DI BEKASI.”**

B. Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Gambaran tentang keputusan faktor sosial, faktor pribadi dan keputusan pembelian
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju muslim Zakiya ?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju muslim Zakiya ?

4. Apakah faktor sosial dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh dalam keputusan pembelian pada baju muslim zakiya?

C. Tujuan dan manfaat penelitian

1. Tujuan penelitian.

Berdasarkan perumusan masalah diatas , maka tujuan penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui gambaran tentang faktor sosial, faktor pribadi dan keputusan pembelian.
- 2) Untuk mengetahui apakah faktor sosial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada baju muslim Zakiya
- 3) Untuk mengetahui apakah faktor pribadi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada baju muslim Zakiya
- 4) Untuk mengetahui apakah faktor sosial dan faktor pribadi secara simultan berpengaruh dalam keputusan pembelian pada baju muslim zakiya?

2. Manfaat penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian diharapkan dapat mempunyai manfaat bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1) Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan/wawasan dan dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama dibangku kuliah, terutama di bidang pemasaran

2) Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang selanjutnya dan dapat dijadikan dasar masukan bagi penelitian selanjutnya.

3) Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan dapat digunakan sebagai dasar pemikiran khususnya yang berminat melakukan penelitian lebih lanjut dibidang pemasaran serta dapat menjadi literatur pada perpustakaan sehingga dapat memberikan manfaat bagipihak yang membacanya.