

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin pesat tidak hanya berpengaruh terhadap kemajuan teknologi dan informasi tetapi juga berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang. Hal ini jug selaras menurut (Ristiana, 2016:2) gaya hidup yang semakin modern sangat mempengaruhi pilihan konsumsi pada produk fashion untuk menunjang penampilan seseorang.

Menurut (Khasanah, 2016:1) dengan berpenampilan yang bagus dan menarik, menjadikan seseorang mampu tampil lebih percaya diri. Tak heran jika sekarang banyak sekali muncul toko-toko fashion untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan seseorang dalam hal menjaga penampilannya.

Produk fashion yang dimaksud dimulai dari baju atasan, celana, dan berbagai macam aksesoris pendukung lainnya. Tidak hanya toko fashion bagi wanita atau yang sering kali disebut dengan butik, tetapi juga toko fashion untuk kaum laki-laki yang di Indonesia telah berkembang pesat hal ini sesuai dengan data bahwa industri kreatif memberikan kontribusinya sebesar 7% dari GDP nasional (Tempo.co, 15 Maret 2016).

Di era globalisasi seperti sekarang ini, kebiasaan berbelanja tidak hanya biasa dilakukan oleh kaum perempuan, tetapi juga kaum laki-laki walaupun dengan frekuensi yang berbeda. Berdasarkan data yang di dapat melalui wawancara dengan salah satu pemilik sebuah distro di kota Palembang, bahwa 95% laki-laki berbelanja kebutuhannya di distro. Maka dari itu, keberadaan distro sangat mendukung dalam hal pemenuhan kebutuhan laki-laki untuk menunjang penampilannya agar dapat tampil lebih percaya diri.

Distro, singkatan dari *distribution store* atau *distribution outlet*, adalah jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri. Distro umumnya merupakan industri kecil dan menengah (Wikipedia, 2018). Berdasarkan

survey yang peneliti lakukan, di 5 toko distro pada satu kelurahan di kota Palembang yaitu kelurahan Sukajaya terlihat bahwa berbagai produk yang dibutuhkan kaum laki-laki hampir semuanya tersedia di distro mulai dari baju kemeja, kaos, celana jeans, jam tangan, sepatu, ikat pinggang dan masih banyak lagi. Pertumbuhan distro di Indonesia yang semakin pesat mengakibatkan konsumen dihadapkan dengan berbagai macam alternatif pilihan untuk berbelanja.

Menurut (Khasanah, 2016:5) biasanya konsumen akan memilih untuk berbelanja di distro yang menyediakan produk fashion yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Untuk dapat mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen perlu dilakukannya studi perilaku konsumen. Perilaku konsumen tersebut, juga berkaitan dengan keputusan pembelian yang dapat tumbuh karena beberapa faktor.

Menurut Kotler dan Armstrong (2009:183) faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan Psikologis. Faktor-faktor tersebut juga yang menjadi landasan bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk yang ada di sebuah distro.

Salah satu distro yang ada di Kota Palembang yang berada pada kelurahan yang sama yaitu kelurahan Sukajaya adalah Distro Termurah yang berdiri sejak tahun 2012 yang sudah berusia 6 tahun, kedua Ferry Fashion yang berdiri sejak 2015 yang berusia 3 tahun yang ketiga Dhavist Collection yang berdiri di tahun 2017, AF Collection yang berdiri di tahun 2015 dan berusia 3 tahun, dan Distro Oncak yang berdiri di tahun 2016 yang baru berusia 2 tahun. Berdasarkan wawancara dan survey yang peneliti lakukan di masing-masing distro maka peneliti menjatuhkan pilihan pada Distro Termurah dengan beberapa pertimbangan. Pertimbangan tersebut yaitu peneliti membutuhkan data selama 5 tahun berturut-turut dan diantara kelima distro diatas Distro Termurah merupakan distro yang paling lama berdiri, selain itu tempat dari distro ini yang mudah dijangkau bagi peneliti, serta akses dalam mendapatkan data dari distro ini yang cukup mudah bagi peneliti. Distro Termurah ini juga memiliki perkembangan yang cukup pesat karena sudah memiliki 4

cabang lainnya yaitu di daerah Way Hitam, Angkatan 66, Gandus dan KM 12, dan untuk produk distro ini memiliki kelebihan karena memiliki produk yang di produksi sendiri yaitu produk kaos salah satu contoh produk kaos yang diproduksi sendiri yakni “Kaos Tempalo Lebak”.

Berikut ini terdapat data yang menunjukkan volume penjualan produk di “Distro Termurah Sukabangun II”. Volume penjualan ini terhitung sejak 5 tahun terakhir dimulai dari tahun 2013-2017.

TABEL 1.1
DATA PENJUALAN PRODUK DISTRO TERMURAH
SUKABANGUN 2013-2017

NAMA BARANG	TAHUN				
	2013	2014	2015	2016	2017
KAOS	13780	15680	17000	21000	25200
KEMEJA	789	895	1000	1200	1500
CELANA JEANS	1467	1589	1700	1800	2000
JAKET	428	463	500	575	600

(Sumber: *Distro Termurah Sukabangun II*)

Pada data tersebut terlihat peningkatan setiap tahunnya untuk setiap produk. Tetapi ada satu produk yang peningkatannya cukup tinggi yaitu untuk produk kaos. Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Aditia (2008) dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju “MINT” di Counter Java Mall Semarang”, menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian baju tersebut adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga, pengalaman, kepribadian, sikap dan kepercayaan, konsep diri.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Khasanah (2016) dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian baju muslim pada Butik Muslim Sofie Fashion Semarang”, menyimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam pembelian baju muslim adalah faktor eksternal (keluarga, kelompok acuan), dan faktor internal (Umur, situasi ekonomi, agama). Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terlihat bahwa banyak hal yang menjadi faktor bagi konsumen dalam melakukan pembelian.

Maka dari itu berdasarkan data yang peneliti didapatkan dari Distro Termurah Sukabangun II peneliti tertarik untuk membahas mengenai **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN T-SHIRT KAOS DISTRO TERMURAH DI SUKABANGUN II”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang dibahas yaitu:

1. Apakah faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian (Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis) mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian T-Shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II?
2. Faktor manakah yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap keputusan konsumen membeli T-Shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari permasalahan yang akan dibahas, maka dibatasi ruang lingkup pembahasannya yaitu faktor-faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian T-Shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II?

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian t-shrit kaos Distro Termurah di Sukabangun II.

2. Untuk mengetahui faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian T-Shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

- a. Bagi Usaha

Melalui penulisan laporan ini diharapkan usaha dapat mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kaos, sehingga usaha dapat memperbaiki baik dari segi media promosi, ataupun produk.

- b. Bagi Penulis

Melalui penulisan laporan ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan memperdalam pengetahuan mengenai faktor yang menjadi pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian.

- c. Bagi Pembaca

Melalui penulisan laporan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai faktor faktor apa saja yang menjadi pengaruh bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian.

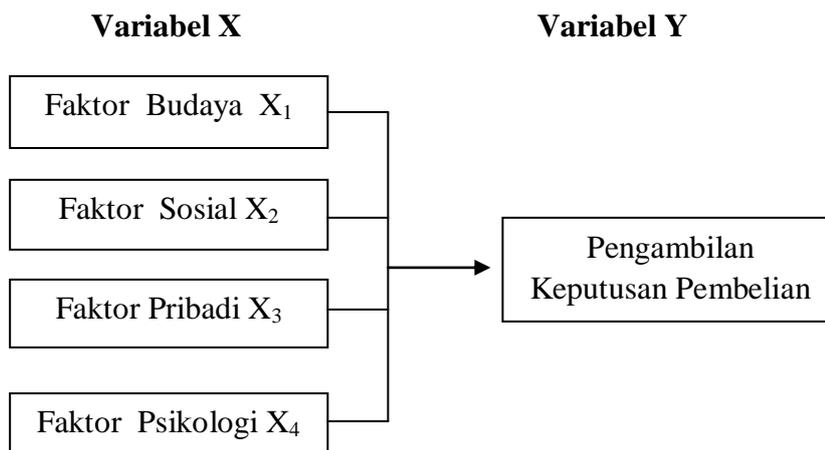
1.5 METODOLOGI PENELITIAN

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Peneliti melakukan penelitian di Toko Distro Termurah Sukabangun II dan objek penelitian ini adalah konsumen yang sedang kebetulan dijumpai membel t-shirt kaos pada saat peneliti melakukan penelitian. Dengan jumlah populasi 700 dan sampel yang diambil berjumlah 88 responden.

1.5.2 Operasional Variabel

Pada penulisan laporan akhir ini penulis menggunakan variabel dalam penelitian dimana variabel tersebut terdiri dari dua variabel yaitu variabel independen (variabel X) dan variabel dependen (variabel Y). Variabel independen (variabel X), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya/terpengaruhinya variabel dependen. Dalam pengambilan keputusan disini dipengaruhi oleh faktor sosial, pribadi, psikologi, dan budaya. Sedangkan variabel dependen (variabel Y), yaitu variabel yang nilainya dipengaruhi keputusan konsumen dalam membeli t-shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II. Untuk mengetahui lebih jelas dari kedua kerangka konseptual dalam bagan berikut:



Gambar 1.1
Kerangka Konseptual

1.5.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Data Primer

Menurut Yusi dan Idris (2016:109) data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya. Penulis memperoleh data melalui hasil kuesioner mengenai faktor-faktor yang

mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian t-shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II.

2. Data Sekunder

Menurut Yusi dan Idris (2016:109) data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Penulis memperoleh data sekunder ini melalui internet, buku, literature dan juga data yang langsung di dapatkan dari Distro Termurah Sukabangun II berupa volume penjualan selama 3 tahun terakhir, dan juga data mengenai sejarah ataupun keadaan dari Distro Termurah melalui wawancara.

1.5.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis, yaitu:

1. Riset lapangan

Riset lapangan merupakan teknik yang dilakukan dengan memperoleh keterangan langsung dari para responden. Objek penelitian ini dibatasi hanya pada konsumen yang membeli t-shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II. Dan penelitian ini dilaksanakan dengan dua cara yaitu

a. Wawancara

Wawancara yaitu percakapan dua arah atas inisiatif pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden (Yusi dan Idris, 2016:110). Dalam penelitian ini peneliti langsung melakukan wawancara dengan pemilik Distro Termurah di Sukabangun II.

b. Kuesioner

Menurut Yusi dan Idris (2016:120) kuesioner merupakan alat pengumpul data primer berupa daftar pertanyaan terbuka maupun tertutup yang diajukan kepada responden. Dalam penelitian ini

peneliti menggunakan kuesioner tertutup yang diajukan kepada responden yang membeli kaos di Distro Termurah Sukabangun II.

2. Riset Kepustakaan

Riset kepustakaan merupakan metode yang dilakukan dengan cara mencari referensi dan mempelajari dari buku-buku, jurnal ataupun penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

1.5.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013:115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini ialah Konsumen yang membeli T-Shirt Kaos Distro Termurah di Sukabangun II yang berjumlah 700 konsumen rata-rata perbulan. Data tersebut langsung di dapat dari wawancara dengan Bapak Dori Oscardo selaku pemilik dari Distro Termurah.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam suatu penelitian yang diambil dengan menggunakan cara-cara tertentu (Yusi dan Idris, 2016:64). Dalam penelitian ini penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2013:85).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidaktelitian karna kesalahan
(10%)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{700}{1 + 700(10\%)^2}$$

$$n = \frac{700}{1 + 7}$$

$$n = \frac{700}{8}$$

n = 87,6 (Dibulatkan menjadi 88)

Jadi berdasarkan perhitungan sampel diatas yang diambil adalah berjumlah 88 konsumen yang membeli t-shirt kaos Distro Termurah di Sukabangun II.

3. Teknik Sampling

Menurut Yusi dan Idris (2016:68) teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlah sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative atau benar-benar dapat mewakili populasi.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik Accidental Sampling yakni teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mengumpulkan data dari unit sampling yang dijumpainya bila dipandang orang yang kebetulan dijumpai sesuai dengan sumber data..(Yusi dan Idris, 2016:72).

1.5.6 Teknik Analisis Data

Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2013:206).

Pada penelitian ini penulis akan mengolah data dengan teknik analisa sebagai berikut:

a. Metode Kualitatif

Merupakan hasil dari pengolahan data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik (Kuncoro, 2013:145). Pada penelitian ini penulis melakukan pembahasan dengan cara menjabarkan data hasil pendapat atau pernyataan dari responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kaos di Distro Termurah Sukabangun II.

b. Metode Kuantitatif

Merupakan hasil dari pengolahan data yang dapat diukur dalam skala numerik (Kuncoro, 2013:145). Penulis menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang diberikan kepada konsumen yang membeli kaos di Distro Termurah Sukabangun II sesuai jumlah sampel. Data yang diperoleh akan diolah dengan menggunakan program SPSS Versi 16.0 (*Statistic Product and Service Solution*). Teknik analisa kuantitatif yang digunakan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu instrument yang atau sah mempunyai validitas yang tinggi, begitu juga sebaliknya (Yusi dan Idris, 2016:92).

2. Uji Reabilitas

Suatu pengukur dikatakan reliable apabila pengukur tersebut menghasilkan hasil-hasil yang konsisten. Reliabilitas mendukung validitas dan merupakan syarat perlu (*necessary condition*) tetapi tidak merupakan syarat kecukupan (*sufficient conditions*) bagi validitas (Yusi dan Idris, 2016:95).

3. Metode Analisis

a. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Yusi dan Idris (2016:160) di dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhinya. Dengan formulasi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Kaos di Distro Termurah

a = Konstanta

b = koefisien regresi

X₁ = Variabel Bebas pertama yang mempengaruhi

X₂ = Variabel Bebas kedua yang mempengaruhi

e = standar eror

Indikator yang digunakan dalam variabel-variabel tersebut, yaitu:

a) Variabel Bebas (Independen)

1. Faktor Sosial (X1)
2. Faktor Pribadi (X2)
3. Faktor Psikologi (X3)
4. Faktor Budaya (X4)

b) Variabel Terikat (Dependen)

1. Keputusan Pembelian (Y)

1.5.7 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013:132) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendek interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

1. Skala Likert

Menurut Sugiyono (2013:132) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2013:132) dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijabarkan menjadi menjadi titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Adapun tabel skala pengukurannya sebagai berikut:

Tabel 1.2
Skala Pengukuran

No.	Keterangan	Bobot
1.	Sangat setuju	5
2.	Tidak setuju	4
3.	Kurang setuju	3
4.	Setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

(Sumber: Sugiyono, 2013:133)