

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Zaman sekarang dunia *fashion* sangat digemari oleh seluruh kalangan masyarakat, baik dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Begitu pun dengan remaja, pakaian dijadikan sebagai pilihan oleh remaja dalam lingkungan sosialnya. Menurut Claik (dalam Cirawati, 2013) *fashion* dan pakaian adalah cara yang digunakan individu untuk membedakan dirinya sendiri sebagai individu dan menyatakan beberapa keunikannya. Senada dengan yang dikatakan Umberto Eco, bahwa “*I speak through my cloth*” (Aku berbicara lewat pakaianku), pakaian yang dikenakan membuat pernyataan tentang busananya, dimana pakaian akan membuat individu berbeda dengan orang lain.

Banyak cara yang dilakukan oleh remaja dalam pemilihan berpakaian, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Citrawati (2013) menyatakan bahwa remaja perempuan menjadikan internet dan teman sebaya sebagai sumber informasinya dalam melakukan peniruan cara berpakaian. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008) pengambilan suatu keputusan pada remaja dapat dipengaruhi oleh faktor sosial dimana kelompok primer (*primary group*), dapat mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan, seperti teman sebaya.

Senada dengan yang disampaikan oleh Mappiare (1982), dalam berpenampilan remaja dalam kesehariannya, *fashion* merupakan salah satu hal yang tidak boleh dilupakan dalam menunjang penampilannya. Remaja menyadari bahwa *fashion* sangat penting karena mereka memiliki keinginan untuk tampil

menarik ditengah kelompok sosialnya. Salah satu bentuk perilaku remaja dalam menambah penampilan dirinya dimata kelompoknya adalah dengan mengikuti mode yang diminati oleh kelompok sebayanya.

Bukan saja dari teman sebaya, proses pencarian informasi muncul pada diri remaja dari ketersediaan informasi pada media massa yang menambah jumlah sumber informasi cara berpakaian yang menuntun perilaku meniru penampilan seseorang (Citrawati, 2013). Oleh karena itu remaja akan memiliki banyak referensi dalam berpakaian, sehingga remaja akan mengoleksi berbagai macam bentuk pakaian.

Untuk memenuhi kebutuhan dalam berbusana, banyak remaja yang mencari alternatif dalam berbelanja pakaian termasuk berbelanja di toko pakaian bekas. Padahal pakaian bekas merupakan komoditas impor yang mendapat larangan dari pemerintah karena pakaian bekas asal impor berpotensi membahayakan bagi kesehatan manusia dan bisa jadi sebagai jalur masuknya jenis penyakit baru ke Indonesia. Larangan untuk mengimpor pakaian bekas tercantum dalam peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 51/M-Dag/Per/7/2015 Tahun 2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas (Permendag 51/2015) disebutkan bahwa pakaian bekas impor berpotensi membahayakan kesehatan manusia sehingga tidak aman untuk dimanfaatkan dan digunakan oleh masyarakat. Berdasarkan pertimbangan tersebut dan untuk melindungi kepentingan konsumen, perlu adanya larangan impor pakaian bekas.

Namun, meskipun adanya larangan impor pakaian bekas dari pemerintah, baik konsumen maupun pedagang tetap saja berminat untuk membeli pakaian

bekas. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya outlet-outlet maupun pasar-pasar pakaian bekas yang berkembang pesat, seperti di kota Pekanbaru (Syafriзал & Nisa, 2013). Begitu pun dengan Kota Bukittinggi, salah satu tempat di Kota Bukittinggi yang ramai dikunjungi adalah pasar putih (putih) atau butik. Selain itu ada beberapa toko yang tersebar disekitar kawasan kota Bukittinggi yang menjual pakaian bekas.

Di kota Bukittinggi, banyak sumber yang dijadikan penjual dalam memperoleh pakaian bekas. Para pedagang memperoleh pakaian bekas dari berbagai negara di Asia, seperti yang disampaikan oleh pedagang pakaian bekas bahwa pedagang mendapatkan pakaian bekas dari pengumpul pakaian bekas yang ada di Kota Bukittinggi atau pedagang akan langsung berbelanja di Kota Batam. Namun, biasanya para pedagang lebih memilih berbelanja di pengumpul, karena dinilai lebih hemat waktu dan uang. Kelebihan pedagang berbelanja di Kota Batam adalah pedagang lebih leluasa dalam pemilihan barang karena variasi barang yang lebih banyak. Barang-barang yang ada di Kota Batam tersebut biasanya berasal dari Malaysia, Singapore dan negara-negara tetangga lainnya.

Menurut Dwiyantoro dan Sugeng (2014), bagi remaja pakaian bekas menjadi alternatif karena pakaian bekas di nilai lebih murah, memiliki *brand* ternama, unik, memiliki edisi terbatas, bahan yang berkualitas, menambah koleksi pakaian dan dapat terlihat *fashionable*. Begitu juga dengan remaja di kota Bukittinggi, banyak remaja memilih berbelanja di toko pakaian bekas. Seperti yang disampaikan oleh salah seorang remaja pengunjung pasar pakaian bekas di Kota Bukittinggi bahwa ia lebih suka berbelanja di pasar putih atau butik karena

ia dapat membeli pakaian yang masih memiliki kualitas yang bagus, merek yang terkenal meski pakaian yang ia beli merupakan pakaian bekas. Selain itu, pakaian bekas juga dinilai memiliki model yang tidak pasaran dan memiliki harga yang lebih ekonomis.

Hasil penelitian lain yang dilakukan oleh Syafrizal (2013), menunjukkan hal yang menjadi pertimbangan bagi masyarakat dalam membeli pakaian bekas ada 4 (empat), yaitu kualitas yang bagus, model yang terbaru, harga yang murah dan kebutuhan pakaian bekas yang miring. Faktor-faktor ini menimbulkan munculnya fenomena gaya hidup baru yang menjamur pada kalangan remaja di Kota Bukittinggi, dimana banyaknya remaja yang membeli pakaian bekas. Sehingga terjadi nilai pergeseran gaya hidup dalam bentuk pola belanja di pusat perbelanjaan beralih ke pasar, toko, dan tempat-tempat yang penjualan pakaian bekas.

Kualitas produk merupakan hal yang sangat berpengaruh dalam membeli pakaian bekas, karena kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh pembeli setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk (Kotler, 2007). Kualitas produk secara tidak langsung dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dan diharapkan konsumen dapat melakukan pembelian atas produk maupun jasa yang di jual (Iwan Setiawan & Mahmud, 2005). Kualitas produk menjadi salah satu hal utama yang dijadikan seseorang untuk memilih apakah mereka akan membeli barang tersebut atau tidak (Ago & Suharno, 2015).

Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Mandasari, Suharyono & Sunarti, 2015), kualitas produk merupakan ukuran atau penilaian yang ditetapkan mengenai suatu produk yang didasarkan atas kepuasan yang dirasakan konsumen. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Kualitas dari suatu produk dapat dilihat dari daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan reparasi produk.

Menurut Yamit (dalam Normawan, Handoyo, Widayanto, 2013) dimensi kualitas berpengaruh pada harapan konsumen dan kenyataan yang mereka terima. Jika kenyataannya konsumen menerima produk dan pelayanan melebihi harapannya, maka konsumen akan mengatakan bahwa produk tersebut berkualitas dan jika kenyataannya konsumen menerima produk dan pelayanan kurang dari harapannya, maka konsumen akan mengatakan produk tidak berkualitas atau tidak memuaskan.

Peranan dari kualitas produk sangat berpengaruh dalam pemilihan terhadap suatu produk tertentu. Kualitas yang baik dapat membangun citra yang positif terhadap produk yang ingin dibeli, sehingga mempengaruhi pengambilan keputusan dalam berbelanja pada diri seseorang. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Kotler dan Armstrong (dalam Lidya, Lisbeth & Agusta, 2008) menyatakan bahwa " Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik".

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Basrah, Aulia dan Rizan (2013) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal Adidas. Hal yang sama juga

disampaikan oleh Tamamudin (2012) bahwa kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian batik produk sutra halus merek Tamina. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Debora dan Budiarti (2016) menyatakan bahwa kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti menunjukkan semakin baik kualitas produk akan berdampak pada meningkatnya keputusan pembelian pada Clothing Store Cosmic Cabang Surabaya.

Menurut Edbert, Tumbel, Willem (2014) keputusan pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen dikarenakan adanya dorongan-dorongan atau motif-motif yang dirasakan sehingga menimbulkan minat atau dorongan untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008) proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal, salah satu kebutuhan normal dari seseorang seperti rasa lapar, haus, kemudian naik ke tingkat maksimum dan menjadi dorongan, atau kebutuhan bisa timbul akibat rangsangan eksternal.

Menurut Kotler dan Keller (2008), terdapat lima tahap keputusan pembelian, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Keputusan pembelian merupakan salah satu tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli produk. Pada tahap ini konsumen memilih produk, merek, penyalur dan waktu pembelian saat pengambilan keputusan, sehingga konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli produk.

Berbagai penelitian kualitas produk maupun keputusan pembelian sudah banyak dilakukan, namun pada pakaian bekas kajiannya masih terbatas, sehingga penelitian ini bertujuan untuk memperkaya kajian kualitas produk dan keputusan pembelian pada pakaian bekas dalam bidang psikologi industri dan organisasi. Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti adakah hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pakaian bekas pada remaja di kota Bukittinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Adakah hubungan kualitas produk dengan keputusan membeli pakaian bekas pada remaja di kota Bukittinggi?”.

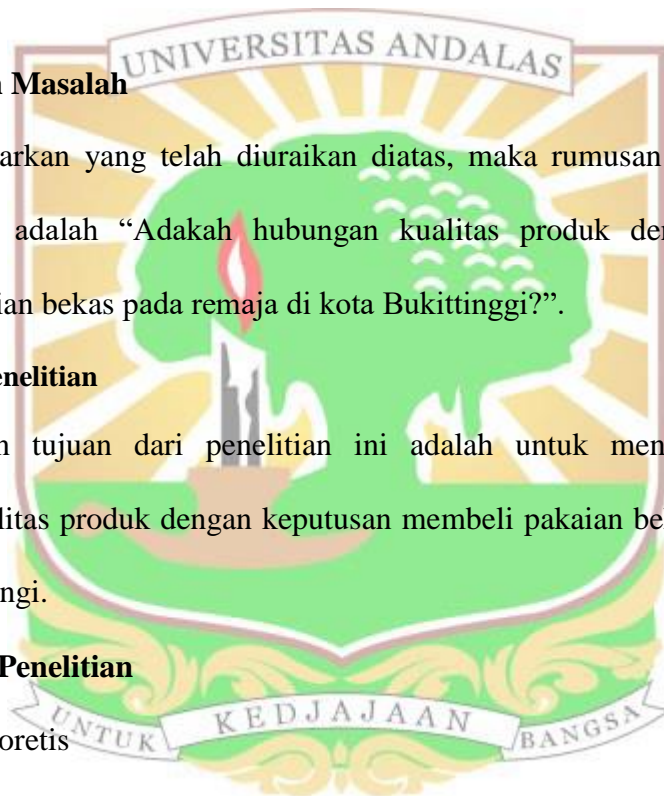
1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan kualitas produk dengan keputusan membeli pakaian bekas pada remaja di kota Bukittinggi.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Secara Teoretis

Dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu psikologi khususnya psikologi industri dan organisasi mengenai sikap konsumen dalam keputusan membeli.



B. Secara Praktis

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi kepada pihak yang berkaitan dengan penelitian ini antara lain masyarakat dan para penjual pakaian bekas.

- a. Hasil penelitian ini diharapkan agar konsumen yaitu remaja untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kualitas produk terhadap pembelian pakaian bekas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi penjual pakaian bekas dalam menjual barang-barang yang berkualitas.
- c. Bagi penulis penelitian ini berguna untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai adakah hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pakaian bekas pada remaja di kota Bukittingi.
- d. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan bagi para peneliti lainnya yang berminat untuk meneliti lebih jauh mengenai kualitas barang dengan pengambilan keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan hipotesa penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, metode pengambilan data, uji validitas, uji daya beda dan reliabilitas alat ukur, metode analisis data serta hasil uji coba alat ukur penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai gambaran dari subjek penelitian dan hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, kelebihan serta keterbatasan penelitian yang sudah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.

