

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandangan dan gagasan Minangkabau tentang pernikahan ideal melibatkan konsep pulang kabako dan pulang ka Mamak, yang mengacu pada pernikahan antara anak dan kemenakan dari pihak ayah atau mamak. Pernikahan ini tidak hanya menyangkut hubungan antara kedua mempelai tetapi juga melibatkan hubungan antara keluarga mereka dan dianggap sebagai ikatan lahir batin yang membentuk keluarga yang bahagia dan kekal. Dalam sistem pernikahan Minangkabau, mamak memiliki peran penting dalam menentukan pernikahan. Sebelum pernikahan, nasihat diberikan kepada anak kemenakan oleh mamak untuk bersikap sopan santun terhadap mertua, orang kampung, dan tetangga. Pernikahan sesuku tidak diperbolehkan dalam adat Minangkabau, karena suku dianggap sebagai keturunan ibu yang harus dihindari dalam perkawinan. Sistem perkawinan Minangkabau mengakui sistem eksogami matrilineal, di mana pernikahan hanya diperbolehkan jika laki dan perempuan yang ingin menikah berasal dari suku yang berbeda.

Peningkatan signifikan terhadap jumlah pernikahan di kota Padang terjadi pada kurun waktu beberapa tahun terakhir. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1, dimana jumlah pernikahan pada tahun 2017 sebanyak 6.314 meningkat setiap tahun 2018 menjadi 6.629, tahun 2019 menjadi 6.804. Kemudian pada tahun 2020 terjadi *COVID-19* jumlah pernikahan berkurang menjadi 6.349 kemudian naik pada tahun 2021 menjadi 6.520. Peningkatan jumlah pernikahan

ini juga menjadi tanda bahwa permintaan akan *wedding industry* di Padang juga semakin meningkat.

Tabel 1.1 Jumlah Nikah di Kota Padang

Tahun	Jumlah Perkawinan Kota Padang
2017	6.314
2018	6.629
2019	6.804
2020	6.349
2021	6.520

Sumber: BPS Kota Padang (2023)

Hal ini menciptakan peluang besar bagi pengusaha atau penyedia *wedding industry* untuk memanfaatkan pertumbuhan pasar yang potensial. Potensi bisnis *wedding industry* diyakini berkontribusi pada pemulihan ekonomi dan terungkap pada event *wedding market* 2023 yang dikelola Ebony di Batam bahwa perputaran uang pada bisnis jasa pernikahan ini mencapai miliaran (Hendri, 2023). Hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah *wedding industry* yang ada di Kota Padang pada lampiran 1 terdapat 162 *wedding industry* yang ada di Kota Padang sehingga banyak terdapat pertimbangan bagi para pengguna *wedding industry*. *Wedding industry* menyediakan sewa berbagai macam busana pengantin tradisional minang yang akan digunakan oleh calon pengantin.

Busana merupakan penanda atau ukuran dari martabat dan kesopanan seseorang, dengan desain atau pola yang terdapat pada busana mencerminkan harmoni dan keindahan. Busana tradisional mencerminkan budaya suatu masyarakat yang berasal dari pandangan hidupnya. Dalam budaya Minangkabau, busana berkembang berdasarkan pandangan hidup yang muncul dari kemampuan orang Minang untuk berpikir dan memahami simbol-simbol yang dihasilkan dari

proses adaptasi dengan lingkungan sekitarnya. Motif-motif yang digunakan dalam busana dan perhiasan di Minangkabau disesuaikan dengan alam sekitarnya, sesuai dengan filosofi Minangkabau "*Alam Takambang Jadi Guru*". Oleh karena itu, busana tradisional Minangkabau dihiasi dengan ornamen dan simbol yang memiliki makna tersendiri.

Dalam budaya Minangkabau, busana tradisional memiliki peran yang sangat penting, tidak hanya sebagai hiasan tubuh tetapi juga sebagai bagian yang tak terpisahkan dalam upacara adat. Di Sumatra Barat, yang dikenal sebagai tanah Minang, terdapat beberapa variasi busana tradisional yang berasal dari berbagai daerah di Sumatera Barat. Provinsi Sumatera Barat terdiri dari enam kota madya dan delapan kabupaten. Wilayah Sumatera Barat juga dapat dibagi berdasarkan perkembangan dan penyebaran suku Minangkabau, yaitu daerah asal suku Minangkabau yang disebut "Luhak" dan daerah "Rantau."

Setiap busana pengantin tradisional Minang ini memiliki makna dan filosofi yang dalam, serta mencerminkan keindahan dan kekayaan budaya Minangkabau. Busana ini juga menjadi bagian penting dalam menjaga dan melestarikan warisan budaya Indonesia.

Teori yang digunakan untuk menjelaskan pemahaman dalam penelitian ini adalah menggunakan *Theory of Planned Behavioural* (TPB) yang dikemukakan oleh (Azjen, 1991). TPB adalah model yang sering digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dan perilaku pembelian terhadap suatu produk tertentu. Dalam TPB, terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam niat pembelian, yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif

(subjective norm), dan kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioural control). Sikap dan kontrol perilaku yang dirasakan merupakan faktor internal yang mendorong perilaku konsumen dalam niat pembelian, sedangkan norma subjektif adalah faktor eksternal yang berasal dari pengaruh orang lain, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah faktor eksternal yang terkait dengan sumber daya dan kesempatan saat itu.

Attitude merupakan suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka ketika keadaan dihadapkan kepada satu situasi yang ada (Pandey & Syam, 2023). Senada dengan penelitian Becker-leifhold (2018) menjelaskan *attitude* merujuk pada sejauh mana seseorang memiliki penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tertentu. Seseorang akan melakukan suatu niat pembelian jika kegiatan tersebut adalah hal yang disukainya. Dalam menyewa busana pengantin tradisional minang, sikap positif dapat timbul dari berbagai aspek, seperti desain busana pengantin atau testimoni pelanggan sebelumnya. Calon pengantin mungkin membentuk sikap positif jika mereka percaya bahwa penyedia jasa dapat memenuhi ekspektasi estetika dan kebutuhan pernikahan mereka.

Subjective norm merupakan persepsi individu dari orang-orang yang penting bagi dirinya untuk menunjukkan atau tidak suatu objek perilaku. *Subjective Norm* mengacu pada tekanan sosial harapan kepada orang-orang disekitarnya sangat berpengaruh, baik individu maupun kelompok untuk melakukan atau tidak melakukan keputusan (Prasetyo et al., 2023). Senada dengan penelitian Becker-leifhold (2018) menjelaskan *subjective norm* merupakan

pengaruh lingkungan sosial terhadap niat dan perilaku yang ditentukan oleh harapan yang dirasakan dari individu atau kelompok referensi tertentu dan oleh motivasi individu untuk patuh terhadap harapan tersebut. *Subjective norm* mencerminkan pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, teman, dan masyarakat, terhadap perilaku pembelian seseorang. Dalam menyewa busana pengantin tradisional minang, norma subjektif menjadi peran penting dalam membentuk persepsi calon pengantin tentang keputusan mereka seperti keluarga atau teman-teman mendukung penggunaan suatu penyedia *wedding industry* tertentu, calon pengantin mungkin merasa lebih terdorong untuk memilihnya. Ketika norma subjektif positif, calon pengantin mungkin lebih cenderung memandang positif dan memilih *wedding industry* tersebut.

Perceived behavioural control merupakan seberapa jauh seseorang memiliki kontrol untuk melakukan suatu keputusan (Y. Liu et al. (2021)). Faktor ini ditentukan oleh keterampilan, pengetahuan, sumber daya dan hambatan yang mungkin akan terjadi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Becker-leifhold (2018) menjelaskan *perceived behavioural control* merujuk pada sejauh mana seseorang merasakan kesulitan atau kemudahan melakukan suatu perilaku tertentu. Hal ini juga diasumsikan mencerminkan hambatan yang diantisipasi dan pengalaman masa lalu. Dalam menyewa busana pengantin tradisional Minang, kendali perilaku yang dirasakan mencakup keyakinan seseorang tentang kemampuan mereka untuk menemukan busana yang sesuai dan mengatasi hambatan seperti biaya dan waktu.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka dilakukan penelitian ini tentang **“Pengaruh Subjective Norm dan Perceived Behavioural Control Terhadap Intention to Rent Busana Pengantin Tradisional Minang Dengan Attitude Sebagai Variabel Mediasi.”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Dari latar belakang penelitian maka diajukan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana pengaruh *subjective norm* terhadap *attitude* pada busana pengantin tradisional minang?
2. Bagaimana pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to rent busana* pengantin tradisional minang?
3. Bagaimana pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *attitude* pada busana pengantin tradisional minang?
4. Bagaimana pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *intention to rent busana* pengantin tradisional minang?
5. Bagaimana pengaruh *attitude* terhadap *intention to rent busana* pengantin tradisional minang?
6. Bagaimana pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to rent* yang dimediasi oleh *attitude* pada busana pengantin tradisional minang?
7. Bagaimana pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *intention to rent* yang dimediasi oleh *attitude* pada busana pengantin tradisional minang?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *attitude* pada busana pengantin tradisional minang.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to rent* busana pengantin tradisional minang.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *attitude* pada busana pengantin tradisional minang.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *intention to rent* busana pengantin tradisional minang.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *attitude* terhadap *intention to rent* busana pengantin tradisional minang.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *subjective norm* terhadap *intention to rent* yang dimediasi oleh *attitude* pada busana pengantin tradisional minang.
7. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *perceived behavioural control* terhadap *intention to rent* yang dimediasi oleh *attitude* pada busana pengantin tradisional minang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa dimanfaatkan oleh sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, sebagai tambahan kajian ilmu manajemen khususnya pada konsentrasi manajemen pemasaran terkait *subjective norm* dan *perceived behavioural control* dapat mempengaruhi *intention to rent* pada busana pengantin tradisional minang dengan *attitude* sebagai mediator.

2. Bagi akademisi, penelitian diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya yang ingin meneliti hal yang sama agar dapat melakukan penelitian yang lebih baik dari penelitian ini.
3. Bagi praktisi, penelitian ini dapat menjadi gambaran dalam membantu pihak penyewa ataupun *wedding industry* yang ada dalam menentukan dan mengembangkan bagaimana cara yang lebih efektif untuk menjual atau menyewakan produk atau jasanya kepada konsumen.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai bagaimana pengaruh *subjective norm* dan *perceived behavioural control* terhadap intention to rent busana pengantin tradisional minang yang dimediasi oleh variabel *attitude*.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisi tentang landasan teori mengenai variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode yang digunakan, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini memuat analisis hasil penelitian mengenai masalah yang dibahas yaitu tentang pengaruh *subjective norm* dan *perceived behavioural control* terhadap *intention to rent busana pengantin tradisional minang* dengan variabel *Attitude* sebagai mediasi.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

