

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Zaman sekarang ini sangat berbeda dengan dahulu, dimana persaingan didalam dunia bisnis global belum seketat dan sedewasa zaman sekarang yang memiliki determinasi tinggi. Khususnyabidang pakaian yang beraneka ragam dilihat dari gaya kehidupan modern sekarang ini.Pakaian merupakan hal terpenting yang mengikutimode atau *fashion* dari tahun ke tahun. Tingkat pakaian biasanya dilihat dari gengsi, persepsi, dan gaya hidup seseorang dimana faktor ekonomi sangat mempengaruhi berapa besar atau kecilnya biaya yang dikeluarkan seseorang untuk membeli suatu barang yang diinginkannya dengan harga yang terjangkau dengan kualitas terbaik. Melihat hal tersebut, dunia usaha kegiatannya senantiasa harus berorientasi kepada pelayanan masyarakat selaku pengguna barang dan jasa perusahaan yang mengharapkan dapat memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal dalam mempertahankan usaha, sehingga pengusaha dapat memperluas usahanya tersebut. Suatu pebisnis juga harus bisa menyaingi daya saing pada kompetitor dan bisa mengikuti gaya pada zaman sekarang, namun tidak meninggalkan unsur budaya khas Minangkabau. Hal ini juga berlaku untuk usaha tenun atau industri tenun khususnya Industri Tenun dan Songket Silungkang.

Industri Kain Tenun dan Songket Silungkang merupakan produk tekstil yang telah dikenal sebagai warisan budaya. Kain tenun dan Songket Silungkang sejak dahulu hingga kini, dikenal sebagai sebuah produk peradaban bernilai tinggi yang diminati oleh banyak wisatawan. Sehingga sampai sekarang masih menjadi salah satu sumber ekonomi yang menopang kehidupan masyarakat dan pariwisata Sawahlunto. Terkait dengan pengembangan Industri Fesyen,

Direktorat Jenderal Industri Kecil dan Menengah Kementerian Perindustrian telah lama menaruh perhatian khusus terhadap pembinaan Tenun Silungkang melalui pembentukan UPT Tekstil, bantuan mesin dan peralatan tenun serta berbagai pelatihan. Selain itu, dukungan terhadap IKM Songket Silungkang juga pernah diberikan kepada Pertenunan Jembatan Merah Silungkang berupa promosi advertorial di Media Indonesia. Tenun Sumatera Barat selalu menjadi primadona dalam berbagai pameran karena sarat dengan proses inovasi dan kreativitas. Tenun Silungkang menjadi istimewa, salah satunya pernah mendapatkan penghargaan One Village One Product (OVOP) dari Kementerian Perindustrian,” ujar Dirjen IKM (Hartono: 2015).

Berkembangnya Industri Tenun dan Songket Silungkang diikuti dengan permintaan yang terus meningkat. Meskipun Kain Tenun dan Songket Silungkang termasuk barang dengan harga yang cenderung mahal. Kain tenun dan Songket Silungkang bagi sebagian besar masyarakat khususnya perempuan minang memiliki makna yang berbeda. Selain untuk mempercantik penampilan, Kain Tenun dan Songket Silungkang memiliki nilai budaya sekaligus menunjukkan kelas sosial tertentu bagi pemakainya. Bahkan, saat sekarang Kain Tenun dan Songket Silungkang memiliki hubungan dengan mode yang sedang berkembang. Kain tenun dan Songket Silungkang yang ditawarkan produsen semakin beragam dan memunculkan keinginan yang juga beragam. Hal inilah, yang menjadikan Kain Tenun dan Songket Silungkang tetap banyak diminati masyarakat hingga sekarang.

Sehingga, keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk yang dipengaruhi oleh banyak faktor, baik dari dalam diri konsumen maupun pengaruh lingkungannya. Termasuk dalam pengambilan keputusan untuk membeli sebuah perlengkapan pakaian yang cenderung diengaruhi oleh motivasi, persepsi dan gaya hidup konsumen itu sendiri. Sehingga, dalam hal

mempengaruhi keputusan pembelian perusahaan harus mampu untuk meningkatkan keunggulan dalam bersaing (*Competitive Advantage*). Salah satunya dengan melakukan ekspansi bisnis yang bertujuan untuk mengembangkan pasarnya agar produk yang ditawarkan bisa dijangkau oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Oleh karena itu, motivasi, persepsi dan gaya hidup merupakan faktor yang mendapatkan perhatian dari peneliti. Motivasi merupakan sebab, tujuan, atau pendorong, dengan kata lain tujuan seseorang itulah sebenarnya yang menjadi penggerak utama baginya berusaha keras untuk mencapai sesuatu. Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk indrawi dan pengalaman masa lampau yang relevan. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” atau seluruh pola dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang terbentuk melalui sebuah kelas sosial dan pekerjaan (Kotler, 2003). Jika diartikan gaya hidup merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang dan menggambarkan bagaimana mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup juga memberi pengaruh terhadap perilaku konsumen. Gaya hidup sering dikaitkan dengan produk dan jasa tertentu yang berhubungan dengan kelas sosial seseorang. Dimana dalam keputusan pembelian harga bukan menjadi pertimbangan utama. Akan tetapi kenyataannya, prestise, kenyamanan, dan penerimaan lingkungan menjadi pendorong kuat dalam pertimbangan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di salah satu toko yaitu Toko Silungkang Ucok yang bergerak dalam bidang menjual pakaian di Kota Padang. Disamping itu, Toko Silungkang Ucok juga menjual perlengkapan haji, aksesoris, dan lain-lainnya. Produk yang ditawarkan pada Toko Silungkang Ucok dapat menjadi salah satu bagian dalam proses pembentukan motivasi, persepsi,

dan gaya hidup konsumen untuk menciptakan sebuah pembelian konsumen. Untuk itu, Toko Silungkang Ucok harus mampu memahami dan mempelajari perilaku konsumen, agar perusahaan dapat mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian dilakukan dengan judul “Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kain Tenun Silungkang Dan Songket Silungkang (Studi Pada Toko Silungkang Ucok).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian, ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok?
2. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat disusun tujuan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Menganalisis pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok.
2. Menganalisis pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok.
3. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkang dan Songket Silungkang di Toko Silungkang Ucok.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan akan diperoleh manfaat, sebagaiberikut :

1. Bagi ilmu pengetahuan

Menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ManajemenPemasaran terutama bagi akademisi yang ingin menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap pengambilan keputusan pembelian.

2. Bagi perusahaan

Sebagai bahan informasi tambahan untuk penyempurnaan dalam perbaikan atau peningkatan kualitas produk, dan ketertarikan produk songket silungkangagar konsumen membelinya.

3. Bagi peneliti

Sebagai referensi dan pengembangan penelitian lanjutan.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

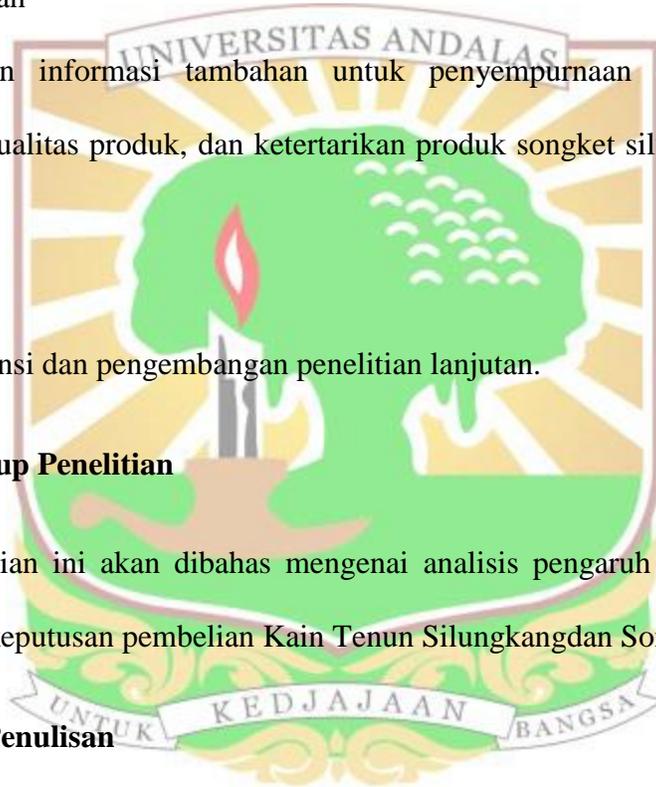
Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai analisis pengaruh motivasi, persepsi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Kain Tenun Silungkangdan Songket Silungkang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini terdiri dari lima BAB dengan sistematika, 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 : Landasan Teori

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

## BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang metode penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data.

## BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian dan pembahasan.

## BAB V : Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian dan saran.

