

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perilaku konsumen merupakan hal yang penting dalam melibatkan pikiran dan perasaan konsumen secara alami dan bisa menentukan tindakan yang akan diambil. Konsumen perlu memikirkan secara matang dalam pengambilan sebuah keputusan pembelian dengan membandingkan barang atau jasa yang disediakan oleh penjual dan disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan (Marheni Eka Saputri 2016). Keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen didasari oleh sifat yang ada dalam diri konsumen seperti ingin dihargai, mendapat pengakuan dan yang paling umum adalah kebutuhan dan keinginan. Menurut (Kartikasari, Arifin, and Hidayat 2013) faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor-faktor tersebut merupakan dasar penentu seseorang melakukan pembelian.

Setiap orang memiliki kecenderungan perilaku. Ada perilaku konsumen kecenderungan positif dan kecenderungan negatif, tak terkecuali perilaku konsumen dalam pembelian produk *fashion*. *Fashion* merupakan gaya atau *style* yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang akan memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu. Dengan kata lain *fashion* juga bisa diartikan sebagai budaya berpakaian (Tirtasari 2017). Menurut Iqra' Al-Firdaus (2010:11) dalam (Agustina 2017) Pakaian atau busana, segala sesuatu yang dipakai dari ujung kepala hingga kaki diantaranya mencakup pakaian, *millineris* dan *accessories*.

Perilaku konsumen yang memiliki kepercayaan dalam pembelian produk *fashion* merupakan salah satu perilaku konsumen yang kecenderungan positif. Hal ini dijelaskan pada penelitian (Marheni Eka Saputri 2016) yang mengatakan perilaku konsumen kecenderungan baik atau positif karena sudah mempercayai adanya pembelanjaan *fashion*. Perilaku konsumen kecenderungan negatif salah satunya adalah perilaku meniru atau mengikuti. Seperti pada penelitian (Tirtasari 2017) mengatakan bahwa saat ini kebanyakan

remaja Indonesia lebih mencintai budaya bahkan *fashion style* luar yaitu Korea Selatan, atau yang disebut dengan perilaku imitasi atau meniru.

Perilaku mengikuti *fashion* Korea ini masih terjadi hingga saat ini, banyak anak muda atau remaja yang mengikuti gaya *fashion* Korea. Dilansir pada (fashionkorea.glosiran.com 2017) *fashion* Korea adalah jenis busana yang cukup sederhana atau *simple*, terkesan modis, *trendy* dan kaya akan warna yang penuh dengan semangat dan mudah untuk dikombinasikan dengan model *fashion* lainnya.

Setiap negara memiliki ciri khas *fashion* sendiri sesuai dengan perkembangan budayanya. Unik, penuh warna, kasual dan inspiratif adalah beberapa ciri khas *fashion* Korea, namun *fashion* Korea juga cenderung mengikuti gaya yang kebarat-baratan, seperti pakaian yang minim dan sedikit terbuka, sedangkan *fashion* Indonesia memiliki gaya yang sopan dan santun karena adanya nilai dan norma masyarakat. Maka dari itu dengan mengikuti gaya *fashion* Korea ini, tidak sedikit remaja atau anak muda berperilaku mengikuti gaya *idol* yang berpakaian minim dan sedikit terbuka. Dimana mereka hanya melakukan kegiatan meniru saja tanpa *filter* kembali *fashion* yang digunakan idolanya, hal ini dinilai kurang pantas apabila digunakan di Indonesia yang memiliki budaya berpakaian cenderung sopan dan santun. Pernyataan ini didukung pada penelitian (Putri 2019) yang mengatakan budaya asing memiliki hal yang kurang bahkan tidak sesuai dengan budaya Indonesia, seperti banyak wanita *idol* K-pop Korea yang berpakaian terbuka, hal ini tidak sesuai jika digunakan di Indonesia karena tidak sesuai dengan kebudayaan Indonesia dan menentang nilai dan norma yang berlaku di masyarakat sehingga mengakibatkan lunturnya budaya Indonesia. Berikut contoh remaja/anak muda yang berperilaku meniru gaya *fashion Idol* Korea:



Gambar 1. 1. *Fashion* anak muda (kiri) yang berperilaku mengikuti *fashion style* Idol “Blackpink” (kanan)

Sumber: Instagram



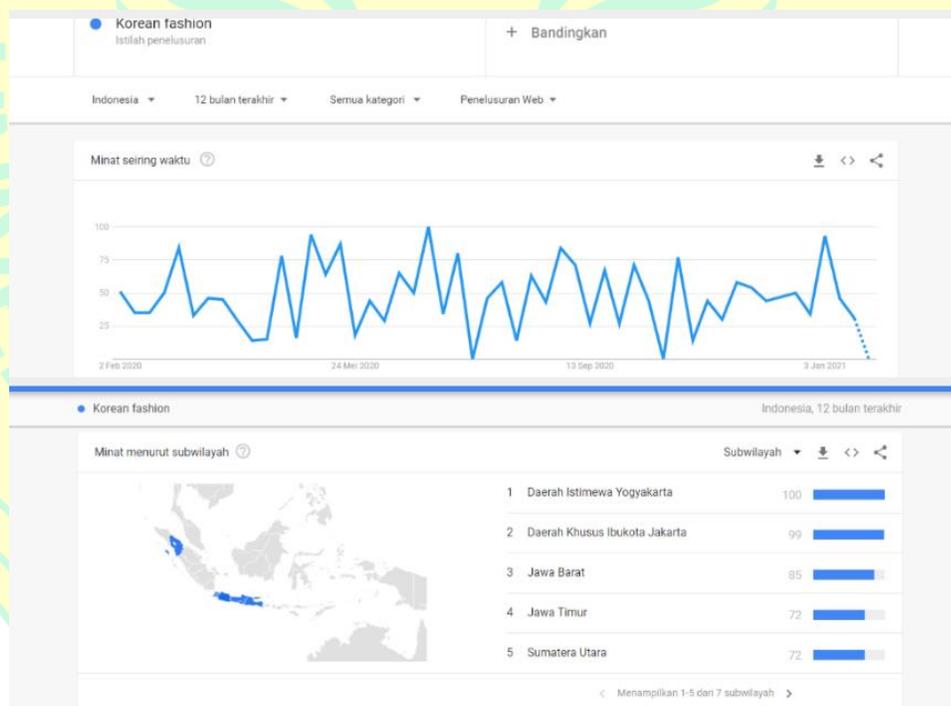
Gambar 1. 2. *Fashion* remaja (kanan) yang mengikuti *fashion style* Idol Korea (kiri)

Sumber: Instagram

Gambar diatas adalah contoh dari perilaku remaja atau anak muda Indonesia yang meniru gaya berpakaian layaknya idol Korea yang menggunakan pakaian yang minim dan sedikit terbuka. Perilaku ini, tidak lain hanya demi mengejar popularitas dan eksistensi di masyarakat.

Dari segi usia, peminat *fashion* Korea ini adalah anak muda atau remaja. Dimana pada penelitian (Sari 2015) mengatakan bahwa budaya Korea juga dapat dijadikan *trendsetter* dalam dunia *mode* pakaian, karena cara berpakaian Korea memiliki ciri-ciri yang khas, unik, dan lucu-lucu sehingga para remaja atau anak muda menyukai *style* yang seperti itu. Selain itu, *fashion* Korea menggunakan warna-warna cerah yang dapat menarik perhatian seseorang, dikutip dari (Biem.com 2015). Rentang usia remaja sendiri yaitu 10-24 tahun menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) (Kusumaryani 2017).

Fashion Korea semakin berkembang di Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya *offline store* maupun *online Shope* yang menjual *fashion* Korea. Data bahwa *fashion* Korea masih terus diikuti oleh orang-orang saat ini juga diperkuat oleh pencarian pada *web google trends* dengan kata kunci *Korean fashion*. Berikut adalah grafik peminat *fashion* Korea di Indonesia:



Gambar 1. 3. Data grafik pada *Google Trends* dengan pencarian kata kunci *Korean fashion/fashion* Korea 2020-2021

Sumber: Google trends

Dari data grafik diatas, menunjukkan peminat *fashion* Korea meningkat pada Maret 2020, selanjutnya naik turun hingga Januari 2021 peminat *fashion* Korea kembali meningkat. Lima wilayah peminat *trend fashion* Korea tertinggi diantaranya adalah DI Yogyakarta 100%, DKI Jakarta 90%, Jawa Barat 85%, Jawa Timur 72%, dan Sumatera Utara 72%. Hal ini membuktikan bahwa masih banyak konsumen atau remaja yang mencari informasi terkait untuk membeli *fashion* Korea.

Kemudian peran *fashion influencer* maupun *public figure* juga membuat *fashion* Korea semakin populer di Indonesia, dengan memperlihatkan gaya *fashion* Korea mereka di gaya berbusana sehari-hari melalui akun media sosial instagramnya. Menurut (Ainussalma 2020) keberadaan akun *public figure* atau selebriti di instagram mempengaruhi gaya busana yang menjadikan inspirasi orang-orang untuk menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Berikut *public figure* atau *influncer* yang menggunakan gaya *fashion* Korea:



Gambar 1. 4. *Influencer* atau selebriti yang menggunakan gaya *fashion* Korea

Sumber: Instagram (akun @bebytsabina dan @nandaarsynta)

Beby Tsabina dan Nanda Arsyita merupakan publik figur sekaligus *influencer* yang seringkali menggunakan gaya berbusana Korea. Dipastikan dari foto-foto instagramnya, pada gambar 1.4, Beby Tsabina mengenakan *crop top* yang dipadukan dengan kemeja

over size serta bawahan kulot dengan warna monokrom serta *sling bag*. Sedangkan Nanda Arsyinta menggunakan busana atasan berwarna biru pastel dengan model yang lucu, lengan *puff*, dan dipadukan dengan rok yang memberikan kesan manis dan feminim serta memakai *handbag* yang mengekspresikan gaya Korea mereka.

Terlepas dari banyaknya peminat *fashion* Korea dan perilaku meniru *fashion* Korea yang minim dan sedikit terbuka dan dianggap kurang pantas bila digunakan di Indonesia, namun konsumen juga memiliki persepsi yang baik dari penggunaan *fashion* Korea. Dimana persepsi para penggemar *fashion* Korea akan merasa percaya diri, terlihat trendy ketika mengenakan *fashion* Korea. Seperti yang dikutip pada (Fashionkorea.glosiran.com 2016) bahwa *fashion* Korea memang menawarkan model yang unik dan *fresh*, serta sangat pas untuk menunjang penampilan. Penggunaan motif dan warna yang kontras, dipadu dengan modifikasi bernuansa *feminine* tetapi tetap menghadirkan kesan jantan jika dipakai pria. *Fashion* Korea juga menawarkan banyak varian model dan warna sehingga memudahkan konsumen dalam memilih, menggunakan dan membeli *fashion* Korea.

Hal tersebut menunjukkan bahwa sebuah perubahan perilaku konsumen, yang mempengaruhi tindakan seseorang dalam membeli atau menggunakan suatu produk. Maka perlu mempelajari tentang perilaku konsumen. Pentingnya mengetahui perilaku konsumen supaya dapat memahami konsumen sehingga dapat mengambil keputusan yang berujung pada pembelian. Karena setiap keputusan yang diambil oleh konsumen pasti didasarkan pada alasan-alasan tertentu, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Seperti yang dijelaskan diatas perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi (Kartikasari, Arifin, and Hidayat 2013). Dengan perilaku yang baik, maka dapat berdampak baik pula pada keputusan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian (Marheni Eka Saputri 2016). Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui apakah perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian *fashion* Korea.

Berdasarkan hasil peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Marheni Eka Saputri 2016) yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Online Produk *Fashion* Pada Zalora Indonesia” menegaskan bahwa perilaku konsumen pada zaman teknologi seperti saat ini secara signifikan berpengaruh pada keputusan pembelian pada *Fashion* Zalora Indonesia. Terdapat juga dalam penelitian yang dilakukan oleh (Shabira and Wardhana 2021) yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Proses

Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia di Indonesia” menegaskan bahwa perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tokopedia di Indonesia. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Emenina & Angel 2019) yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Starbucks *Coffee PIM 2*” menegaskan bahwa terdapat pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di Starbuck *Coffee PIM 2*.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *fashion* Korea dilihat dari faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, sehingga dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen pada *fashion* Korea?
2. Bagaimana keputusan pembelian pada *fashion* Korea?
3. Apakah faktor budaya mempengaruhi perilaku konsumen *fashion* Korea?
4. Apakah faktor sosial mempengaruhi perilaku konsumen *fashion* Korea?
5. Apakah faktor pribadi mempengaruhi perilaku konsumen *fashion* Korea?
6. Apakah faktor psikologi mempengaruhi perilaku konsumen *fashion* Korea?
7. Bagaimana pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *fashion* Korea?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat dalam latar belakang dan identifikasi masalah, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi terhadap keputusan pembelian *trend fashion* Korea
2. Konsumen pembelian *fashion* Korea pria dan wanita berusia 17 – 24 tahun
3. Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *fashion* Korea
4. Produk *fashion* Korea diantaranya adalah baju, celana, rok, *dress*, topi, aksesoris (kalung, gelang, dll).

1.4. Perumusan Masalah

Bertitik tolak dari batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian *fashion* Korea”.

1.5. Kegunaan Penelitian

Dari penulisan ini diharapkan mampu memberikan kegunaan sebagai berikut:

a. Pengembangan IPTEKS

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam peranan pemasaran khususnya yang menyangkut faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian *fashion* Korea dan dapat memperkaya temuan-temuan yang sudah ada.

b. Pemecahan masalah praktis dalam pembangunan

Penelitian ini dapat memberikan gambaran lebih jauh kepada para peneliti bahwa banyak faktor perilaku konsumen yang melandasi konsumen sehingga terdorong untuk mengambil keputusan pembelian *fashion* Korea. Hasil penelitian ini dapat menambah informasi untuk dijadikan bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.