

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perilaku konsumen yang terjadi pada era globalisasi saat ini sangat mengkhawatirkan karena konsumen lebih menyukai produk luar negeri. Fashion luar negeri yang memiliki merek dan kualitas yang sangat bagus, menarik dan terlihat sangat mewah membuat konsumen tertarik untuk membelinya dibandingkan produk fashion dalam negeri. Hal ini menjadikan adanya merek tiruan terhadap produk fashion luar negeri dan konsumen lebih memilih untuk membeli produk fashion merek tiruan dibandingkan produk asli. Selain itu, produk asli yang harganya sangat mahal mengakibatkan tidak semua kalangan konsumen dapat membeli produk asli tersebut.

Merek tiruan menjadi alternatif bagi konsumen yang ingin mengikuti tren saat ini, sehingga produk fashion merek tiruan sangat digemari oleh konsumen. Selain digemari produk fashion merek tiruan ini terjadi karena keinginan dari diri sendiri, konsumen yang mengikuti orang lain atau seseorang yang di idolakannya. Oleh karena itu, saat ini banyak pedagang lebih memilih untuk menjual produk bermerek tiruan dibandingkan dengan produk merek asli.

Produk-produk sekarang banyak yang sering dijadikan sebagai merek tiruan seperti, tas, sepatu, jam tangan, pakaian, perhiasan dan produk berbahan kulit (Yoo dan Lee, 2009). Fashion luar negeri sering menjadi produk tiruan bukan hanya konsumen yang menyukainya tetapi juga karena Indonesia tidak dapat menyamakan produk bermerek yang ada di luar negeri (Ruhjatini dkk, 2014).

Sikap konsumen ini merupakan perilaku yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu produk tertentu. Sikap yang penting dan sangat diperlukan untuk memahami peran sikap dalam perilaku konsumen. Sikap yang berkaitan dengan membeli dibentuk sebagai hasil dari pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain, atau terpapar oleh iklan media massa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung (Schiffman dan Kanuk 2008). Menurut Schiffman dan Wisenblit (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen, antara lain:

1. Status konsumsi merupakan status sosial seseorang yang mempunyai kepuasan atau keinginan baik dari yang dimilikinya namun akan diperlihatkan kepada orang lain dengan sesuai kepribadiannya.
2. Kesadaran nilai yaitu konsumen yang sadar akan nilai terhadap produk yang ingin dibelinya, kualitas dan harga menjadi faktor utama saat membeli produk.
3. Perbandingan kualitas-harga yaitu konsumen yang mementingkan kualitas-harga dari produk ketika ingin membeli produk tersebut.

4. Pengaruh sosial merupakan seseorang yang cenderung terpengaruh terhadap lingkungan sekitar pada suatu produk sehingga selalu ingin mengikuti tren yang ada.

Minat pembelian yang terjadi dikarenakan konsumen yang ingin mencari kepuasan terhadap sesuatu yang diinginkannya, seorang konsumen yang ingin mencari suatu kepuasan tentang suatu produk akan mencari informasi sebanyak-banyaknya tentang produk tersebut, ketika konsumen sudah menemukan hal yang diinginkannya maka konsumen akan mencari tentang produk tersebut (Kotler dan Keller 2003).

Merek tiruan sudah dijual diberbagai toko, tidak hanya di toko-toko saja tetapi sekarang juga sudah dijual di internet. Hal ini dapat memudahkan konsumen yang tidak harus keluar untuk membeli barang yang diinginkan cukup melalui toko online Pedangang memanfaatkan teknologi yang modern saat ini agar konsumen bisa memesan lewat aplikasi internet yang ada dari toko tersebut dan banyak konsumen yang lebih memilih membeli melalui internet (Aisyah dkk, 2014).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aisyah dkk (2014) dengan judul: faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat pembelian terhadap produk *handbag* merek tiruan (survei pada wanita di kota malang). Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa konsumen yang sadar dan peduli pada produk merek tiruan dengan harga yang lebih murah dapat memotivasi konsumen untuk lebih berminat membeli produk merek

tiruan. Persepsi konsumen tentang kualitas atau keunggulan dari suatu produk yang sesuai dengan apa yang diharapkan atas atribut yang dianggap penting baginya. Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian sebelumnya dalam hal responden yang dipilih adalah responden Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta di kota Yogyakarta.

Alasan memilih judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat pembelian produk fashion merek tiruan karena banyak orang yang menyukai produk tiruan untuk dijadikan fashion mereka. Hal tersebut terjadi karena keterbatasan kemampuan finansial namun tetap ingin mengikuti tren fashion. Saat ini tren menjadi faktor unggul bagi banyak orang sehingga perilaku yang muncul dari satu orang ke orang lain bukan dari lingkungan saja tetapi dari seseorang yang diidolakan, maka pedagang banyak yang menjual produk fashion tiruan karena banyaknya peminat dari konsumen sehingga produk fashion merek tiruan pada saat ini sangat mempengaruhi konsumen untuk dijadikan sebagai fashion mereka.

Berdasarkan uraian di atas maka akan dilakukan penelitian dengan topik sebagai berikut, **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen dan Minat Pembelian Produk Fashion Merek Tiruan”**.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Apakah status konsumsi berpengaruh terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan?
2. Apakah kesadaran nilai berpengaruh terhadap minat pembelian produk merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan?
3. Apakah perbandingan kualitas-harga berpengaruh terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan?
4. Apakah pengaruh sosial seseorang berpengaruh terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan?
5. Apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap minat pembelian pada produk fashion merek tiruan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini :

1. Untuk menganalisis pengaruh status konsumsi terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan.

2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran nilai terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan.
3. Untuk menganalisis pengaruh perbandingan kualitas-harga terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan.
4. Untuk menganalisis pengaruh sosial seseorang terhadap minat pembelian produk fashion merek tiruan melalui sikap konsumen pada produk fashion merek tiruan.
5. Untuk menganalisis pengaruh sikap konsumen terhadap minat pembelian pada produk fashion merek tiruan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini berharap dapat bermanfaat untuk semua pihak diantaranya:

##### 1. Manfaat di bidang teoritis

Penelitian ini memberikan pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dan minat pembelian produk *fashion* merek tiruan.

##### 2. Manfaat di bidang praktis

Penelitian ini memberikan masukan bagi konsumen dalam membeli produk fashion merek tiruan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi status konsumsi, kesadaran nilai, perbandingan kualitas-harga, dan pengaruh sosial.