

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman modern ini kehidupan masyarakat seringkali berubah-ubah tanpa disadari. Masyarakat seperti dipaksa menuju post modern yang diiringi dengan perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam masyarakat akibat dari konsumsi yang berlebih. Salah satu perubahan sosial dalam kemajuan belakang ini adalah berbagai gaya hidup berpakaian. Gaya hidup dalam berpakaian telah menjadi bagian dari kehidupan sosial di masyarakat modern sebagai fungsi dari diferensiasi sosial. Melalui gaya hidup, para konsumen dianggap membawa kesadaran atau kepekaan yang lebih tinggi terhadap proses konsumsi. Hal inilah yang tentunya sangat mempengaruhi keputusan pembelian seorang konsumen (Yesi Indra, 2018).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli. Peter-Olson (Nitisusastro, 2012), menegaskan bahwa pengambilan keputusan pembelian merupakan proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif, sikap behavioral dengan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya. Sikap kognitif merefleksikan sikap pemahaman, sikap afektif merefleksikan sikap keyakinan dan sikap behavioral merefleksikan sikap tindakan

nyata. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata yang dapat dilihat dan dapat diukur oleh orang lain (Kotler, 2012).

Dalam sebuah toko kita bisa menjumpai bermacam-macam model pakaian yang sebenarnya memiliki fungsi untuk menutupi tubuh, namun disamping itu model pakaian juga menjadi faktor terpenting dalam memilih pakaian. Salah satu objek konsumsi dari masyarakat yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah pakaian, karena pakaian merupakan salah satu produk yang sering digunakan oleh masyarakat setiap harinya. Untuk memuaskan hasratnya setiap manusia berlomba-lomba untuk pergi ke pusat perbelanjaan untuk membeli pakaian yang bagus dan mahal salah satunya yaitu pusat perbelanjaan yaitu Ramayana Mall.

Mall Ramayana merupakan salah-satu tempat perbelanjaan yang paling sering dikunjungi baik itu dari masyarakat setempat maupun dari luar, baik itu anak-anak maupun orang dewasa terlebih ketika hari raya atau lebaran. Mall Ramayana menjual berbagai jenis produk pakaian salah satunya baju anak. Setiap tahunnya omzet penjualan baju anak mengalami peningkatan, namun ada juga yang mengalami penurunan. Berikut ini adalah sajian tabel penjualan produk baju anak di Mall Ramayana kota Kupang.

Tabel 1.1

Data Penjualan Baju Anak Di Ramayana Tahun 2021 – 2022

Bulan	Jumlah Penjualan (buah/pcs)	
	2021	2022
Januari	142	106
Februari	136	120
Maret	141	95
April	128	115
Mei	194	122
Juni	358	412
Juli	192	158
Agustus	147	143
September	122	119
Oktober	108	98
November	99	105
Desember	126	137

Sumber: Data Internal Ramayana 2022

Dari tabel diatas menunjukan bahwa perkembangan jumlah penjualan baju anak di Mall Ramayana Kota Kupang selama tahun 2021 – 2022 mengalami fluktuatif. Jumlah penjualan baju anak setiap bulan selalu mengalami peningkatan namun ada juga yang mengalami penurunan. Untuk meningkatkan volume penjualan tentunya harus memiliki strategi yang efektif agar dapat bersaing dengan

toko baju anak lainnya. Tinggi rendahnya volume penjualan tergantung keputusan pembelian konsumen.

Agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maka Ramayana harus mencari ide-ide yang dapat menarik perhatian para konsumen sehingga para konsumen melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang mereka tawarkan. Serta Ramayana ini harus dapat melihat dan mempelajari mengenai faktor apa yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian mereka. Sehingga hal ini akan sangat membantu manajemen dalam melakukan evaluasi terhadap strategi pemasaran terutama strategi promosi yang sudah dijalankan, dan kemudian dapat menyusun strategi pemasaran atau strategi promosi yang lebih efektif dari sebelumnya.

Adapun keputusan pembelian konsumen terhadap produk baju anak yang dibeli dapat dipengaruhi oleh berbagai hal salah satunya faktor demografi. Dalam penelitian ini akan dibahas faktor faktor demografi yang turut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap baju anak. Faktor demografi dalam penelitian ini terdiri dari pekerjaan, usia, pendapatan dan jenis kelamin. Banyaknya karakteristik tersebut maka memberikan dampak yang langsung terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayan di kota Kupang.

Pekerjaan merupakan suatu rangkaian ketrampilan atau kompetensi tertentu yang dilakukan terus menerus. Pekerjaan seseorang dapat mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Seorang konsumen yang memiliki pekerjaan yang cukup baik tentu akan membeli baju anak dengan kualitas yang lebih baik maka hal ini tentu

akan berdampak pada keputusan pembelian konsumen untuk berbelanja pada Mall Ramayana. Selain faktor pekerjaan, usia juga turut mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan pembelian. Menurut Wijaya & Cholid (2018) yang menyatakan bahwa semakin matang usia seseorang maka perilaku dalam mengambil keputusan akan semakin bijak dikarenakan bahwa masa tuap lebih berhati-hati dan tidak menginginkan untuk pengeluaran berlebih karena akan menjadi beban bagi mereka.

Faktor pendapatan juga sangat berperan penting dalam keputusan pembelian. Menurut Faulika (2020), konsumen yang memiliki pendapatan yang cukup tinggi memiliki peluang lebih besar membeli baju anak pada Mall Ramayana dikarenakan pendapatannya yang sudah mencukupi keperluan utama sehingga konsumen tersebut bisa membeli kebutuhan pakaian anak di tempat yang lebih bagus dan berkualitas.

Selain faktor pekerjaan, usia dan pendapatan, jenis kelamin juga sangat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian. Menurut Ariadi, Malelak, & Astuti (2019), jenis kelamin adalah perbedaan biologis dan fisiologis yang dapat membedakan laki-laki dan perempuan. Perbedaan jenis kelamin memnag sangat mempengaruhi konsumen didalam melakukan pembelian sebuah produk termasuk pembelian produk baju anak. Laki-laki dan perempuan dalam berbelanja baju anak cenderung berbeda-beda sesuai dengan keinginannya sendiri. Walaupun pada zaman sekarang pakaian anak seperti kaos, kameja dan celana yang di desain bisa untuk kedua jenis kelamin, namun perbedaan kedua jenis kelamin membuat seorang

konsumen baik itu laki-laki maupun perempuan memiliki baju anak sesuai dengan seleranya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian yang berkaitan dengan pekerjaan, usia, pendapatan dan jenis kelamin terhadap keputusan pembelian. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dicky Dermawan (2019) dengan judul analisis pengaruh faktor demografi terhadap keputusan pembelian secara kredit. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara kredit. Sedangkan faktor pendapatan dan pekerjaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian secara kredit.

Selanjutnya penelitian oleh Helmi Fauzi (2020) yang melakukan penelitian dengan judul analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian tanaman hias. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor pendapatan dan pekerjaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tanaman hias.

Berdasarkan latar belakang fenomena di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Pengaruh Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Anak Pada Mall Ramayana Di Kota Kupang”**.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu **Analisis pengaruh Faktor Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Anak Pada Mall Ramayana di Kota Kupang”**.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian diatas, maka persoalan penelitian yang dirumuskan pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah pekerjaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang ?
2. Apakah usia berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang ?
3. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang ?
4. Apakah jenis kelamin berpengaruh terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang ?

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan persoalan penelitian diatas, maka tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh pekerjaan terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang.
2. Untuk mengetahui pengaruh usia terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang
3. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang
4. Untuk mengetahui pengaruh jenis kelamin terhadap keputusan pembelian baju anak pada Mall Ramayana di kota Kupang

1.4.2 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi teoritis bagi penelitian selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama untuk lembaga universitas Kristen artha wacana khususnya fakultas ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan bagi Ramayana kota Kupang dalam memahami perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.