BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin modern dan semakin berkembang. Terlebih pasar modern kini menawarkan berbagai macam produk dan jasa, dampak dari perubahan zaman adalah terjadinya perubahan dari gaya hidup manusia dalam memenuhi kebutuhan primer, sekunder ataupun tersier manusia. Gaya hidup tersebut mengikuti *trend* yang sedang berlangsung setiap tahunnya. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka manusia melakukan aktivitas belanja. Aktivitas belanja bukan hal yang biasa dikalangan masyarakat, bahkan bisa dikatakan sudah menjadi gaya hidup. Hal ini menarik gaya hidup dan pola berbelanja masyarakat (konsumen) yang memiliki keinginan untuk berpenamilan lebih trendi dan masa kini.

Adanya mall atau *shopping center* yang bermunculan menjadi salah satu faktor pendukung kegiatan belanja. Gaya hidup berbelanja tersebut menjadi salah satu faktor terjadinya *impulse buying behavior* atau perilaku pembelian yang tidak direncanakan. *Impulse buying* dapat di pengaruhi oleh dua faktor yaitu gaya hidup konsumen dan tipe kepribadian individu dan dengan berbagai alasan konsumen akan membuat keputusan pembelian dengan munculnya berbagai pihak yang mendukung pembelian yang tidak terduga itu. Pembelian yang dilakukan belum tentu direncanakan *(impulse buying)* akibat adanya rangsangan dari diri konsumen. Utami (2017 : 67) menyatakan pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami keinginan yang kuat dan kukuh untuk membeli sesuatu secepatnya.

Impulse buying didefinisikan sebagai tindakan membeli yang sebelumnya tidak diakui secara sadar sebagai hasil dari suatu pertimbangan atau niat membeli yang terbentuk sebelum memasuki toko (Mowen dan Minor 2018 :10). Hal itu memperjelas bahwa pembelian tidak terduga sangat berpengaruh pada mereka yang tidak mampu mengendalikan keinginannya untuk berbelanja hingga terjebak dalam kebiasaan berbelanja impulsif. fenomena yang terjadi saat ini banyaknya masyarakat yang berbelanja tidak menggunakan perencanaan terlebih dahulu karena adanya sesuatu yang menarik seperti diskon atau promo sehingga membuat diri menjadi tertarik membeli, dari hasil survei yang telah dilakukakn kepada beberapa responden yang ada di lapangan mereka (konsumen) cenderung melakukan berbelanja secara tidak direncanakan *(impulse buying)* karena merasa kesempatan tersebut tidak akan bisa didapatkan di kemudian hari. Faktanya belanja impulsif membawa dampak negatif bagi pelakunya karena kebiasaan ini cenderung membeli sesuai keinginan bukan berdasarkan kebutuhan, maka hal tersebut dapat mengakibatkan pemborosan sehingga mengancam kesehatan finansial.

Salah satu faktor yang paling mempengaruhi tindakan pembelian impulsif *(impulse buying behavior)* adalah gaya hidup berbelanja *(shopping lifestyle)*. Aktivitas berbelanja bukan hal yang biasa lagi dikalangan masyarakat, bahkan bisa dikatakan sudah menjadi gaya hidup. Sehingga berbelanja bukan hanya untuk mencari suatu barang yang dibutuhkan semata melainkan untuk menari hiburan atau menghilangkan kebosanan. Mereka tidak harus membeli suatu barang, melainkan hanya untuk berjalan-jalan semata untuk menghilangkan stress *(refreshing)*.

Shopping lifestyle menunjukkan cara yang dipilih oleh seseorang untuk mengalokasikan pendapatan, baik dari segi alokasi dana untuk berbagai produk dan layangan, serta alternatif-alternatif tertentu dalam pembedaan kategori serupa. Dengan demikian, *shopping lifestyle* merupakan pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang tentang bagaimana cara seseorang menghabiskan waktu dan uang. Dengan adanya ketersediaan waktu, konsumen akan memiliki banyak waktu untuk berbelanja dan dengan adanya uang, konsumen akan memiliki daya beli yang tinggi.

Selain *shopping lifestyle*, faktor internal lain yang mempengaruhi tindakan *impulse buying behavior* yaitu *fashion involvement. Fashion involvement* merupakan keterlibatan konsumen terhadap suatu produk *fashion* yang didorong oleh kebutuhan dan ketertarikan terhadap produk tersebut. *Fashion involvement* pada pakaian berhubungan sangat erat dengan karakteristik pribadi (wanita dan kaum muda) dan pengetahuan *fashion*, yang mana pada gilirannya mempengaruhi kepercayaan konsumen di dalam membuat keputusan pembelian.

Seseorang yang cenderung mengetahui tentang segala macam produk *fashion* khususnya produk terbaru, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian. Begitu juga mereka yang ingin lebih dikenal berdasarkan karakteristik pribadinya dari pakaian *(fashion)* yang mereka pakai, maka mereka juga akan cenderung melakukan pembelian.

Kota Tanjungpinang salah satu kota yang sedang berkembang di Indonesia. Perputaran bisnis di Kota Tanjungpinang menunjukkan pertumbuhan yang sangat baik dan masyarakat yang konsumtif menunjang untuk munculnya berbagai macam

bisnis khususnya dalam bidang *fashion*. Secara tidak langsung masyarakat didorong untuk mengikuti perkembangan trend *fashion* yang sedang *booming* pada saat ini. Perkembangan sebuah kota menjadi kota metropolis ditandai dengan banyak berdirinya berbagai pusat perbelanjaan modern yang terus bertambah menunjukkan bahwa masyarakat perkotaan merespon positif atas keberadaan pusat perbelanjaan karena bisa memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan. Keadaan tersebut memberikan peluang bagi para pelaku bisnis dalam menjalan kan usaha tersebut, para pelaku bisnis harus melakukan strategi pemasaran yang dapat menarik minat konsumen dan juga dapat meningkatkan keuntungan mereka. Sehingga pelaku bisnis memanfaatkan *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* sebagai faktor penarik untuk masyarakat yang melalukan pembelian tidak direncanakan sebelumnya *(impulse buying)*

Berikut ini adalah tabel jumlah penduduk Kota Tanjungpinang

Tabel 1.1
Penduduk Kota Tanjungpinang Per Kecamatan

Kecamatan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Bukit Bestari	27.315	27.095	54.410
Tanjungpinang Timur	55.456	54.324	109.780
Tanjungpinang Kota	9.828	9.398	19.226
Tanjungpinang Barat	22.085	22.162	44.247
Jumlah	114.684	112.979	227.663

Sumber : BPS Tanjungpinang,2020

Dari data diatas, dapat dilihat jumlah penduduk masyarakat Kota Tanjungpinang berdasarkan kecamatan yang ada di Kota Tanjungpinang, kecamatan yang paling banyak penduduknya adalah kecamatan Bukit Bestari yang berjumlah laki-laki sebanyak 27.315 jiwa dan perempuan sebanyak 27.095 jiwa. Dengan jumlah keseluruhan sebanyak 54. 410 jiwa. Sedangkan kecamatan yang paling sedikit penduduknya adalah kecamatan Tanjungpinang Kota yang

berjumlah laki-laki sebanyak 9.828 jiwa dan perempuan sebanyak 9.398 jiwa dengan jumlah penduduk sebanyak 19.226.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* Terhadap *Impulse Buying Behavior* Masyarakat Kota Tanjungpinang.**

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat diidefinisikan fenomena yang terjadi pada penelitian ini adalah :

1. *Shopping lifestyle, fashion involvement* merupakan faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya pembelian yang tidak direncanakan oleh konsumen saat berbelanja.
2. Masyarakat yang cenderung konsumtif
3. Semakin berkembangnya dunia *fashion*, sehingga banyaknya produk dan pusat perbelanjaan yang ditawarkan kepada konsumen mengakibatkan persaingan yang ketat.

1.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *shopping lifestyle* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kota Tanjungpinang?.
2. Apakah *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kota Tanjungpinang?.
3. Apakah *shopping lifestyle* dan *fashion involvement* berpengaruh terhadap *impulse buying behavior* pada masyarakat Kota Tanjungpinang?.

1.4 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka perlu diadakan batasan masalah. Batasan masalah diadakan agar penulis lebih fokus pada variabel yang telah ditentkan. Penelitian ini hanya membatasi masalah perilakku pembelian impulsif yang difokuskan pada dua faktor yang mempengaruhi pembelian impulsif yaitu gaya hidup berbelanja *(shopping lifestyle)* dan perilaku keterlibatan *fashion (fashion involvement).*

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *Shopping Lifestyle* terhadap *Impulse Buying Behavior* Kota Tanjungpinang.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* Kota Tanjungpinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulse Buying Behavior* Kota Tanjungpinang.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis, penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wawasan berfikir ilmiah dalam bidang manajemen.
2. Bagi Penulis Selanjutnya, hasil penelitian ini digarapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lebih lanjut dan menambah hasil kajian ilmiah

serta memberikan sumbangan terhadap kemajuan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran.

3. Bagi Universitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penambahan ilmu pengetahuan serta menjadi bahan bacaan diperpustakaan Universitas.

4. Bagi Fakultas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan. Khususnya bagi manajemen pemasaran serta menjadi bahan bacaan dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain di fakultas ekonomi.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan didalam penulisan. Adapun sistematika penulisan penelitian yang penulis lakukan dapat dijabarkan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan menguraikan tentang penjelasan latar belakang penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

Kajian pustaka menguraikan tentang penjelasan teori-teori dari masing-masing variabel penelitian, kemudian dilanjutkan dengan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis

BAB III **METODOLOGI PENELITIAN**

Metodologi penelitian menguraikan metodologi penelitian yang mana berisikan tentang pendekatan dan jenis penelitian, tempat, dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menguraikan tentang deskripsi data, analisis data, hasil penelitian dan interprestasi.

BAB V **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh uraian dari hasil analisa bab-bab sebelumnya.