

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pakaian ialah kebutuhan primer bagi manusia, yang berfungsi sebagai pelindung tubuh. Dalam Islam Allah mewajibkan manusia untuk memakai pakaian bagus dan menarik, karena itu cerminan dari mensyukuri nikmat. Islam tidak membatasi jenis pakaian, teorinya adalah memakai pakaian yang sesuai dengan penduduk dan diperbolehkan.¹ Namun dengan berkembangnya zaman pakaian tidak hanya untuk pelindung tubuh tetapi sebagai sarana mengekspresikan diri. Apalagi bagi masyarakat kalangan sosial atas lebih cenderung memilih pakaian Brand dan merk terkenal. Pada kalangan sosial menengah cenderung memiliki sifat daya beli tinggi dan konsumtif, dikarenakan kalangan menengah di Indonesia terbesar dan cepat mengalami pertumbuhan.

Dalam sebuah penelitian², menyatakan kalangan menengah di Indonesia cenderung konsumtif dalam mengejar gaya hidup. Gaya hidup diartikan sebagai pola dimana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Bisa disimpulkan bahwa gaya hidup sangat menggambarkan bagaimana seseorang hidup, menggunakan dan memanfaatkan waktu yang dimiliki. Gaya hidup digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini seseorang. Gaya hidup merupakan pola untuk membedakan satu orang dengan lainnya. Istilah gaya hidup, baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa gaya hidup merupakan kumpulan kebiasaan, dan terutama perlengkapan untuk hidup.³

¹Salem Fand Bahamman, *Pakaian*, 2015.h.4

² M. Fransisca Purwaningsih, "Analisis hubungan gaya hidup dan pendapatan dengan keputusan pembelian produk," 2008, 1-104 <???.>.h.1

³ Rahma Sugi Hartati, *Membaca Gaya Hidup dan Kapitalisme* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)h.157

Gaya hidup pada zaman modern sangat mempengaruhi tingkat konsumsi terutama pada produk pakaian atau *Fashion*, khususnya pada anak muda yang cenderung memilih-milih tipe baju yang digunakan. Di masa ini remaja mulai masuk pada fase pencarian jati diri. Yang menyebabkan seorang remaja ikut terimbas pada *trend* dan mode dalam hal kemajuan *fashion* saat ini. Salah satu produk yang digemari anak muda saat ini adalah produk yang mempunyai desain unik serta jumlah yang terbatas. Produk ini lebih sering disebut dengan produk *distribution outlet* (Distro).

Produk distro atau *cloting* tidak terdengar asing lagi di kalangan anak muda di Indonesia. Produk ini telah menjadi *trend setter* yang menjadi gaya berbusana remaja dengan model uniknya. Distro yaitu tempat yang digunakan untuk menjual bermacam *merk cloting*. Yang menawarkan berbagai produk bukan hanya *T – shirt* saja melainkan produk penunjang lain seperti sepatu, topi, tas, kacamata, jam, dan produk lainnya. Dengan adanya berbagai produk yang ditawarkan oleh distro menjadikan salah satu aspek seseorang melakukan keputusan pembelian, faktor lain yaitu tingkat pendapatan seseorang. Tingkat pendapatan sangat menentukan keputusan pembelian seseorang, karena orang dengan pendapatan besar cenderung memilih barang yang ber merek, sebaliknya seorang dengan pemasukan standar memilih barang sesuai kebutuhan.

Keputusan pembelian suatu produk mutlak berada pada tangan konsumen. Konsumen memiliki kriteria sendiri untuk melakukan pembelian suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan, selera, dan daya beli. Menurut *Kotler* keputusan pembelian adalah suatu tindakan konsumen untuk menentukan pilihan diantara merek-merek untuk membeli barang yang paling disukai.⁴ Sedangkan menurut *Schifman dan Kanuk* adalah “*The selection*

⁴ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008)h.180

of on option from two or alternative choice” yaitu keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada.⁵

Keputusan pembelian sudah diatur dalam Al Qur’an dan Al Hadits dengan jelas, hal ini bertujuan supaya manusia dijauhkan dari sifat berlebihan dalam konsumsinya. Islam selaku pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif, kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan Islam itu sendiri. Prinsip dasar dari perilaku konsumsi seperti dalam QS Al-Baqarah 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ

مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : *“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah- langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”*

Dengan penduduk yang mayoritas beragama islam tentu saja perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian harus berprinsip pada anjuran yang telah diatur dalam Al Qur’an dan Al Hadits. Menurut ayat diatas disimpulkan bahwa prinsip perilaku konsumsi yang memberikan kepuasan kepada seorang konsumen menurut agama islam adalah barang yang dikonsumsi harus halal, suci, tidak mengikuti hawa nafsu dan langkah-

⁵ Schiffman & Leon G, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks, 2008)h.485

langkah setan dalam melakukan atau mengambil tindakan konsumsi.⁶ Harta yang diberikan dapat menjadikan nilai tambah dalam keimannya, jika tidak dikonsumsi secara berlebihan.

Terdapat beberapa faktor yang dikemukakan oleh *Kotler*, bahwa proses pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial dan faktor psikologi. Pergeseran perilaku ini bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk mendapat tantangan sosial, kegembiraan, dan sebagainya. Sehingga budaya konsumtif akan berpengaruh terhadap gaya hidup, yang menyebabkan konsumen cenderung merubah gaya hidup sesuai *trend* yang ada untuk terus mengikuti produk yang *up todate*.

Salah satu toko yang bergerak dibidang fashion ialah Distro 3Second. 3Second merupakan brand yang berada di bawah naungan CV Biensi Fesyenindo yang berdiri sejak tahun 1997. Perusahaan ini berorientasi pada bidang fashion retail, yang memiliki beberapa store yang tersebar di Indonesia, termasuk 3Second Kediri yang berdiri sejak tahun 2017. Distro ini memiliki konsep “family store” yang bermaksud untuk menjangkau konsumen dari kalangan anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Perusahaan ini mendistribusikan beberapa barang seperti T-shirt, jaket, celana, aksesoris, topi, tas dan sandal.

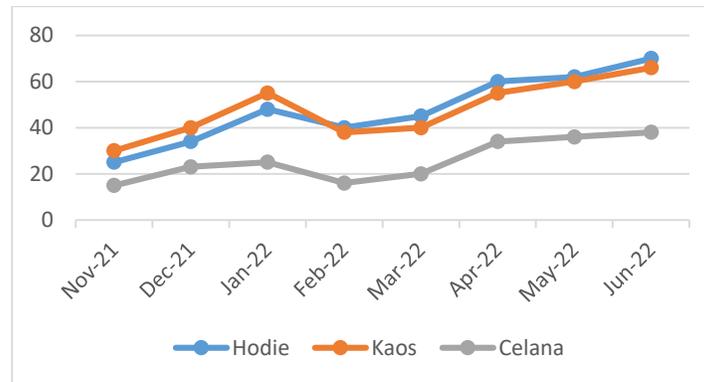
Dalam memasarkan produknya, 3Second menggunakan sosial media untuk mengenalkan produk kepada masyarakat. Distro ini menggunakan *influencer* yang mempunyai *followers* banyak di media *instagram*, *tik-tok*, dan *facebook* untuk mempromosikan produk yang dimiliki. 3Second juga menawarkan berbagai macam promo (*diskon*) untuk menjangkau konsumen. Selain *offline store* distro ini juga tersedia di *online*

⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah* (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010)h.20

store seperti *Shopee*. Dengan menggunakan media tersebut dapat meningkatkan penjualan distro 3Second. Berikut merupakan data penjualan di Distro 3Second Kediri dapat dilihat dari grafik ini.

Gambar 1.1

Data Penjualan Distro 3Second Kediri Bulan November 2021- Juni 2022



Sumber: Laporan penjualan setiap bulan

Data diatas memperlihatkan bahwa pejualan yang dilakukan oleh Distro 3Second Kediri mengalami kenaikan secara signifikan. Hal ini menandakan bahwa pada Distro 3Second Kediri selalu mengalami kenaikan omset atau kenaikan jumlah barang yang dijual setiap bulannya.

Setelah meminta izin dengan pimpinan Distro 3Second Kediri, penulis memili Distro 3Second dan membandingkannya dengan Distro dan toko Fashion lain yang memiliki harga lebih tinggi dan lebih rendah. Jika dibandingkan dengan tempat lain harga yang ditawarkan oleh 3Second tidak terlalu mahal dengan kualitas yang didapatkan dan promosi yang diberikan.

Tabel 1.1

Perbandingan harga produk Distro 3Second Kediri dengan Pesaing

Produk	Distro 3Second Kediri	Distro Deathlessempire	AWW Fashion Store
Hodie	Rp150.000- Rp319.000	Rp120.000- Rp150.000	Rp70.000- Rp250.000
t-Shirt	Rp80.000- Rp199.000	Rp130.000- Rp150.000	Rp38.000- Rp100.000
Celana	Rp250.000- Rp320.000	Rp.150.000	Rp50.000- Rp200.000

Dari data diatas produk yang ditawarkan oleh 3Second memang terbilang mahal, namun distro ini menawarkan berbagai macam diskon yang diberikan kepada konsumen, misalnya diskon 20% - 50% untuk setiap produk dengan batas maksimal setiap orang tiga macam produk. Dengan promo yang diberikan konsumen dapat membelinya tanpa hambatan. Dari segi kualitas bahan serta desain 3Second lebih unggul dari pesaing. Distro ini menggunakan bahan katun yang bagus dengan desain yang simple dan terkesan mewah. Sedangkan pada Distro Deathlessempire desain terlalu ramai lebih cenderung untuk anak metal. Dan produk yang ditawarkan oleh AWW fashion memiliki kualitas sedang dengan harga yang murah. Berikut contoh produk dibawah ini

Gambar 1.2 Produk Distro 3Second Kediri



Gambar 1.3 Produk Distro Deathlessempire dan Aww Fashion



Tabel 1.2
Hasil Survei

No.	Produk yang dipilih?	Alasan memilih produk tersebut?
1.	Distro 3Second Kediri	Karena produk memiliki kualitas produk yang bagus, dan memiliki banyak Brand, serta produknya juga limitid edition.
2.	Distro Deathlessempire Kediri	Karena untuk sekelas distro pruduk yang dijual murah dan kualitas sedang.
3.	AWW Fashion Store	Karena harganya murah yang sesuai kantong remaja.
4.	Distro 3Second Kediri	Karena kualitas dan referensi teman banyak pengguna
5.	Distro 3Second Kediri	Karena produk yang dijual dari cowok, cewek hijab non hijab tersedia berkualitas, mengikuti trend saat ini

Data diatas menunjukkan bahwa 3Second memang cukup terkenal di Kediri. Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, desain atau model *limitid edition*, harga yang sesuai dengan kualitas, dan masih ada diskon saat pembelian. Serta letak distro ini sangatlah strategis dan mudah untuk ditemukan karena letaknya yang berada dipinggir jalan raya. Hal itu yang membuat konsumen berdatangan membeli pakaian di 3Second. Oleh karena itu, dapat dipahami bahwa konsumen melakukan pembelian berdasarkan motivasi konsumen yang terpenuhi oleh Distro 3Second Kediri.

Konsumsi yang diatur oleh Al-Qur'an secara tegas menjelaskan bahwa pemenuhan konsumsi harus dijalankan secara sederhana, seimbang, dan jauh dari kata berlebihan (boros). Karena dalam konsumsi Islam memiliki pedoman mengurangi pemborosan yang tidak dibutuhkan. Artinya Islam memahami konsumsi merupakan pemenuhan kebutuhan yang dilakukan konsumen. Sehingga apabila tidak ada kebutuhan yang diperlukan namun tetap melakukan konsumsi atau pembelian suatu barang, maka perilaku tersebut dinamakan pemborosan.⁷

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Motivasi Remaja Dalam Keputusan Pembelian Produk Distro Perspektif Konsumsi Islam (Studi Terhadap Konsumen Remaja Distro 3 Second Kediri)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana motivasi remaja dalam keputusan pembelian produk Distro 3 Second Kediri?
2. Bagaimana motivasi remaja dalam keputusan pembelian produk Distro 3 Second Kediri ditinjau dari perspektif konsumsi Islam?

⁷ Abdur Rohman, *Ekonomi Al-Ghazali* (Surabaya: PT Bina Ilmu, 2010)h.119

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin didapat peneliti berkaitan dengan rumusan masalah diatas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana motivasi remaja dalam keputusan pembelian produk Distro 3 Second Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana motivasi remaja dalam keputusan pembelian produk Distro 3 Second Kediri jika ditinjau dari konsumsi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan peneliti sebagai berikut :

1. Bagi Distro 3 Second Kediri

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi pihak Distro 3 Second untuk mengetahui faktor konsumen menggunakan barang yg ditawarkan. Sehingga pihak Distro dapat menyusun strategi untuk memenuhi harapan konsumen.

2. Bagi penulis

Untuk mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah yang berkaitan dengan perilaku konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya dan penelitian dimasa depan.

E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

No.	Nama Judul Penelitian	Tahun	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	<p>Ifa Fidiyanah (IAIN Kediri)</p> <p><i>“Analisis Motivasi Nasabah Menabung di BMT UGT Sidogiri Cabang Kediri”</i></p> <p>Disimpulkan bahwa motivasi menabung nasabah muncul disebabkan oleh kebutuhan yang dirasakan masyarakat, yang mendorong untuk memenuhi kebutuhan.</p>	2015	<ul style="list-style-type: none"> - Metode yg digunakan sma kualitatif - Menggunakan persamaan teori yaitu Motivasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian berbeda terdahulu motivasi nasabah menabung di BMT, sekrang motiasi konsumen melakukan keputusan pembelian.
2.	<p>Riska (UIN Makassar)</p> <p><i>“ Analisis Motivasi Belanja Konsumen Minimarket dan Warung Kelontong Dalam Perspektif Islam”</i></p> <p>Disimpulkan, bahwa konsumen lebih banyak berbelanja di minimarket</p>	2017	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode penelitian yang sama yaitu kualitatif. - Menggunakan landasan teori yang sama yaitu motivasi dan 	<ul style="list-style-type: none"> - Objek penelitian berbda: terdahulu mini market dan toko kelontong. Dan sekrang adala distro.

	tetapi untuk keperluan dapur konsumen lebih memilih berbelanja di toko kelontong yang harganya lebih miring.		keputusan pembelian.	
3.	Zuni Farida Marwani (UNP Kediri) <i>“Pengaruh Produk,Harga, dan Citra merk terhadap Keputusan Pembelian Pada Meteor Kampung Distro Kediri”</i> Disimpulkan bahwa produk, harga, dan citra Merek sangat signifikan terhadap barang-barang Distro Kampung Meteor dalam arti lain sangat berpengaruh dalam kputusan pembelian.	2016	- Menggunakan landasan teori yang sama Keputusan Pembelian	- Metode yang digunakan berbeda: terdahulu observasional, sekrang kualitatif.
4..	Juni Agung Andrianto (UIN Kalijaga Yogyakarta) <i>“Pengaruh Brand Image Mujahidin Distro Terhdap Keputusan Pembelian (Survei</i>	2014	- Menggunakan landasan teori sama, yaitu Keputusan pebelian	- Penelitian terdahulu menekankan pada Brand Image - Metode penelitian

	<p><i>Terhadap Pembeli Produk Distro Yogyakarta)</i>”</p> <p>Disimpulkan bahwa brand Image berpengaruh dlm melakukan keputusan pembelian</p>			<p>berbeda:</p> <p>terdahulu desain ekplentif sekrang menggunakan kualitatif</p>
5.	<p>M. Fransiska Purwaningsih (USD Yogyakarta)</p> <p><i>“Analisis Gaya Hidup dan Pendapatan Dengan Keputusan Pembelian Produk Fhasion Planet Surf”</i></p> <p>Disimpulkan bahwa kalangan mahasiswa lebih banyak yang berebelanja di Planet Surf dan gaya hidup merupakan factor keputsan pembelian</p>	2008	<p>- Persamaanya adalah meneliti tentang keputusan pembelian produk distro.</p>	<p>- Menggunakan landasan teori berbeda, terdahulu gaya hidup dan perilaku konsumen. Sekarang motivasi dan keputusan pembelian.</p>
6.	<p>Aulia Rahman dan Muh. Fitrah (UIN Alaudin Makasar)</p> <p><i>“PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT dalam</i></p>	2018	<p>- Persamaan menggunakan metode penelitian kualitatif.</p>	<p>- Penelitian terdahulu hanya menggunakan teori perilaku konsumsi islam, sedangkan</p>

	<p><i>PERSPEKTIF ISAM di KELURAHAN BAROMBONG KOTA MAKASAR</i>” Disimpulkan bahwa masyarakat tingkat atas belum berperilaku sesuai syariat islam, sedangkan masyarakat menengah bawah sudah menerepkan konsumsi secara islam.</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan teori yang sama, yaitu: konsumsi perspektif islam. - Sama ingin menilai perilaku konsumsi masyarakat. 	<ul style="list-style-type: none"> penelitian sekarang menggunakan teori motivasi, perilaku konsumen, dan konsumsi islam. - Penelitian terdahulu meneliti tentang konsumsi secara menyelurh, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang konsumsi pakaian.
7.	<p>Pusporini dan Lina Aryani (UPN Veteran Jakarta) “Persepsi Mall terhadap Motivasi Konsumsi (Studi Komparasi antara Ibu dan Putrinya” Disimpulkan persepsi tentang mall</p>		<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan teori sama yaitu motivasi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Metode yang digunakan berbeda penelitian terdahulu menggunakan metode

	berpengaruh terhadap motivasi belanja, dan motivasi ibu lebih besar daripada putrinya.			kuantitatif, sedangkan penelitian ini menggunakan kualitatif. - Tempat dan narasumber berbeda.
--	--	--	--	---