

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sarung merupakan salah satu pakaian bangsa Indonesia yang masih eksis hingga kini. Atribut produk segala jenis busana pada umumnya berhubungan dengan budaya dan adat istiadat komunitas pemakainya. Demikian halnya dengan sarung, atributnya sangat dipengaruhi oleh budaya masyarakat Indonesia.

Di manca negara, sarung juga banyak digunakan negara-negara Asia, seperti Malaysia, Brunai, Kamboja, India dan Pakistan, serta telah diperkenalkan kepada orang-orang dibelahan Timur Tengah, sehingga industri sarung lebih menarik untuk dikembangkan, karena potensi bangsa Indonesia sebagai produsen dan konsumen sehingga dapat ikut membantu mengembangkan dan memajukan tingkat perekonomian bangsa serta dapat menjadikan salah satu komoditas ekspor.

Seiring dengan perkembangan zaman, produsen sarung saling bersaing untuk menarik perhatian konsumen. Maka terciptalah produk sarung yang beraneka ragam, masing-masing perusahaan dituntut untuk mempunyai daya kreasi sendiri serta strategi khusus agar konsumen tertarik dengan produk sarung. Berawal dari ketertarikan itu, peneliti ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk sarung.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan maka peneliti membatasi masalah penelitian sebagai berikut :

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang menggunakan sarung sebagai pakaian sehari-hari, baik pada acara resmi ataupun pada kondisi santai.
2. Sarung yang dimaksud peneliti adalah sarung tenun sebagai pakaian pengganti celana karena masih banyak lagi barang-barang yang menyangkut predikat "sarung," seperti : sarung tangan (lebih sebagai aksesoris dan bukan pakaian).
3. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari kualitas, kemasan, merek, harga, ketersediaan barang serta acuan. Sedangkan variabel dependen yaitu minat beli konsumen.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka dalam penelitian ini peneliti mengemukakan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang terdiri dari variabel kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan barang serta acuan terhadap minat beli konsumen produk Sarung di Kulon Progo ?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial yang terdiri dari variabel kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan barang serta acuan terhadap minat beli konsumen produk Sarung di Kulon Progo ?

3. Variabel apa yang dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen produk Sarung di Kuon Progo ?

D. Tujuan Penelitian

Secara umum, tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kecenderungan perilaku konsumen dalam memilih produk sarung. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang terdiri variabel kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan barang serta acuan terhadap minat beli konsumen produk Sarung di Kulon Progo.
2. Menganalisis pengaruh secara parsial yang terdiri dari variabel kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan barang serta acuan terhadap minat beli konsumen produk Sarung di Kulon Progo.
3. Menganalisis variabel dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen produk Sarung di Kulon Progo.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang mencakup :

1. Manfaat di bidang teoritis yang dapat menambah bukti empiris yang terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih suatu produk terutama produk sarung.
2. Manfaat di bidang praktik yang dapat memberikan informasi bagi produsen agar dapat menciptakan produk sarung sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.