

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Meskipun demikian, Indonesia bukan Negara yang berasaskan Islam. Sehingga dalam berpakaian terutama wanita, banyak yang belum sesuai dengan cara berpakaian menurut syariat Islam ditemui pada saat ini wanita yang menggunakan berbusana tapi tidak sesuai dengan syariat Islam (Ariska & Trianto, 2019). Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ تُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

“Wahai Nabi, suruhlah isteri-isterimu dan anak-anak perempuanmu serta perempuan-perempuan yang beriman, supaya melabuhkan pakaiannya bagi menutup seluruh tubuhnya (semasa mereka keluar); cara yang demikian lebih sesuai untuk mereka dikenal (sebagai perempuan yang baik-baik) maka Dengan itu mereka tidak diganggu. Dan (ingatlah) Allah adalah Maha Pengampun, lagi Maha Mengasihani.” (Q. S. Al-Ahzab: 59).

Imam Al-Qurthubi Rahimallahu Ta’ala dalam Anafarhanah (2019) berpendapat tafsirnya bahwa ayat ini merupakan dalil guna keharusan seorang muslimah akan menutup aurat (Syaik Sa’ad Yusuf Abdul Aziz 2009:551). Menutup aurat merupakan suatu keharusan yang disyariatkan, seperti sholat, puasa ataupun zakat. Aurat bagi wanita yakniseluruh badan selain muka dan telapak tangan. Maka untuk menutup aurat diperlukan pakaian (Anafarhanah, 2019).

Pakaian telah berkembang menjadi suatu *trend* yang disukai oleh kalangan wanita, banyak model ataupun jenis pakaian yang dapat dipilih, baik yang sesuai dengan ketentuan syariah maupun tidak sesuai dengan nilai-nilai syari'ah. Pada masa kini wanita lebih mengutamakan cara gaya berpakaian yang saat ini berkembang, ataupun lebih dikenal dengan *trend*. Sehingga *trend* yang digunakan oleh wanita di Indonesia juga mengalami peningkatan sesuai dengan gaya hidup arus modernisasi. Untuk saat ini para wanita lebih memilih gaya hidup yang menggunakan pakaian yang nyaman dan memiliki model yang simple (Ariska & Trianto, 2019).

Menurut Sukendro, Destiarman, & Kahdar (2016) dalam Shadrina et al., (2021) gaya hidup tidak bisa terlepas dari perkara cara gaya berpakaian yang dimana membantu bagi seorang yang selalu mengikuti perubahan gaya pakaian dimana jelas akan menjadikan seseorang tersebut akan tetap *up-to-date* tentang *fashion*. Sehingga gaya hidup ini mengatur pribadi seseorang akan terus menerus menirukan perkembangan gaya berpakaian masa kini akibatnya dapat membuat kecenderungan dalam menentukan produk bersamaan dengan perkembangan dari gaya berpakaian modifikasinya.

Sedangkan ada juga teori dari Mahmud, Paat, & Lesawengen (2020) dalam Shadrina et al., (2021) saat ini busana berpakaian sudah menjadi gaya hidup yang memberikan pengaruh positif meskipun busana berpakaian ada sisi negatif pada perkembangan masa kini. Mengenai pengaruh positif yang diberikan saat busana berpakaian menjadi gaya hidup trendi saat ini dengan meningkatnya ketertarikan para wanita muslimah akan berpakaian dengan

berbagai model pada zaman sekarang yang modern ataupun simpel. Akan tetapi pengaruh negatifnya saat perkembangan berpakaian saat ini masih terdapat menentang aturan syariat Islam terhadap gaya berpakaian.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kualitas produk yaitu dimana setiap konsumen memiliki ciri khas tersendiri yang sangat berbeda-beda, yang terlihat saat mereka merespon suatu produk yang ditawarkan. Sehingga situasi ini setiap pembeli memiliki alasan tersendiri sebagai syarat pertimbangan konsumen, sesuai pertimbangan kualitas produk bersangkutan langsung dengan kinerja produk ialah keterampilan demi melaksanakan fungsinya, contoh daya tahan, keahlian, bakat lainnya.

Kualitas produk dianggap sangat penting untuk beberapa kalangan demi bisa memenuhi kategorisasi dari masing-masing produk yang diinginkan, maka dari itu bisa dilihat kualitas produk House Of Shopaholic merupakan sebuah produk berkualitas yang menggunakan bahan material cotton, soft comfy cotton, sateen, linen. Penggunaan produk yang dipilih oleh pelanggan khususnya para Muslimah mempertimbangkan bagaimana kualitas yang dimiliki oleh House Of Shopaholic yang saat menjadi salah satu Merk Lokal yang sudah dikenal di Indonesia (Firdausyiah, 2018).

Sejak berdirinya House Of Shopaholic pada tahun 2011 dan berfokus pada bidang *fashion* wanita. House Of Shopaholic ini memiliki 2 (dua) Toko offline yang berada di Yogyakarta dan juga di Malang, produk House Of Shopaholic memiliki pasar sasaran yaitu mahasiswa, pekerja, maupun ibu

rumah tangga. Sehingga produk yang ditawarkan adalah *female daily outfit* dengan material terbaik. <https://hos-id.com/info>

House Of Shopaholic memiliki berbagai macam-macam model bahan beserta kualitas produknya, sehingga konsumen tertarik untuk membelinya. Dari hal yang dibuktikan dengan berkembangnya gaya berbusana wanita Muslimah yang semakin bervariasi dan model pun beragam. Sehingga dari beraneka ragam jenis bervariasi busana Muslimah yang ada di toko House Of Shopaholic dan busana Muslim yang saat ini semakin berkembang pesat. Maka dari itu bertambahnya merek-merek baru seperti berikut: (Ariska & Trianto, 2019).

Tabel 1.1
Daftar Merek Busana Muslimah

No	Merek	Followers	Perbedaan	
			Model	Bahan
1	House Of Shopaholic	767	<i>Stylish</i> , modern dan berkualitas	Katun, cotton rayon
2	Ederra	525	<i>Stylish</i> , modern, unik dan berkualitas	Material cotton, soft comfy cotton
3	RubyLicious	50,9	<i>Simpel</i> & modern	Soft cotton
4	Shopatlocal	86,1	<i>Stylish</i> , simple dan berkualitas	Soft cotton, katun, linen

Berdasarkan Tabel 1.1 diatas bahwa bisa diketehui penjualan pada produk yang ada di tokoh House Of Shopaholic yakni disukai para konsumen karena produk yang paling tinggi, bisa dilihat dari followers House Of Shopaholic memiliki followers terbanyak dan memiliki bermacam-macam model bahan beserta kualitas produknya, maka dari itu bisa meningkatkan variasi produk busana Muslimah menjadi menarik dan memiliki nilai bagus yang tinggi. Hal ini akan mempengaruhi seluruh aspek disaat berbelanja suatu produk beserta yakni fungsi mulai karekteristik pribadi yang melekat setelah terbentuk melalui interaksi sosial dengan memilih produk yang memiliki kualitas (Firdausyiah, 2018).

Menurut Kotler dan Keller dalam Ujang (2017) Tahapan konsumen dalam membeli suatu produk akan melalui lima tahapan yaitu mengenal masalah, pencairan informasi, alternatif evaluasi, keputusan pembelian dan perilaku pansa pembelian, selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah gaya hidup dan kualitas produk.

Berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang berbeda-beda mengenai pengaruh variable gaya hidup dan kualitas produk pada keputusan pembelian, maka penelitian mengkaji pengaruh kedua variable tersebut pada keputusan pembelian konsumen Muslimah pada Produk House Of Shopaholic. Sehingga peneliti ini mengambil judul **“PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM PADA PRODUK HOUSE OF SHOPAHOLIC (Studi Kasus Followers Instagram hosofshopaholic)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen House Of Shopaholic?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen House Of Shopaholic?
3. Apakah gaya hidup dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian House Of Shopaholic?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk kepada rumusan masalah penelitian di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen House Of Shopaholic.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen House Of Shopaholic.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen House Of Shopaholic.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bisa memberikan manfaat berupa sebuah informasi berupa teori dan bahan acuan untuk mahasiswa saat mengembangkan

penelitian di bidang Ekonomi Syariah. Serta diharapkan mampu memahami tentang Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada produk House Of Shopaholic.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Dapat dijadikan sebagai pengalaman baru dan pengetahuan terhadap permasalahan mengenai tata cara berpakaian sesuai syariat Islam dengan tema penelitian “ Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim pada Produk House Of Shopaholic di Yogyakarta”.

b) Bagi Konsumen

Dapat memilih produk busana muslim yang bukan hanya menunjang gaya hidup namun dapat melihat kualitas produk pada busana muslim yang sesuai dengan syariat Islam.

c) Bagi Pelaku Usaha

d) Bisa dijadikan referensi dan bahan pertimbangan untuk meningkatkan strategi penjualan produk busana muslimah.

E. Sistematika Penulisan

Penyusunan sistematika penulisan dimaksudkan agar pembaca dapat mengerti skripsi yang disajikan. Ada beberapa bab sistematika penulisan skripsi dengan rincian sebagai berikut:

BAB I: Bab I yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. pokok permasalahan yang sebagai inti penelitian diuraikan secara umum.

BAB II: Bab II yang berisikan tinjauan pustaka dari penelitian terdahulu digunakan seperti rujukan bagi penelitian selama melakukan penelitian. Selain dengan itu berisikan kajian teori dari variable penelitian yang bermaksud akan membantu penelitian.

BAB III: Bab III ini menjelaskan bagaimana tentang metode penelitian yang digunakan dengan singkat namun jelas. Bagian dari metode penelitian meliputi penjelasan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan data, jenis dan sumber data, devinisi operasional variable, uji validitas dan uji reliabilitas, teknik analisis data.

BAB IV: Bab IV ini berisikan pembahasan dari hasil penelitian berdasarkan pertanyaan dalam rumusan masalah.

BAB V: Bab V merupakan bab penutup yang mencakup kesimpulan dari hasil penelitian, dan saran untuk pada konsumen muslim House Of Shopaholic terkait hal yang ditelit. Adapun dokumen-dokumen pendukung dalam kegiatan penelitian disertakan dalam lampiran.