

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1 Pakaian

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pakaian adalah benda yang digunakan (baju, celana, dan sebagainya). Seperti pakaian sekolah berarti baju yang dikenakan untuk bersekolah, pakaian olahraga berarti baju yang dipakai untuk olahraga, dan pakaian kantor adalah pakaian yang digunakan saat pergi ke kantor.

Sinonim dari kata pakaian adalah busana. Busana cenderung dipakai untuk baju yang tampak dari luar saja. Secara umum pakaian tentunya pasti dibedakan sesuai kegunaannya dimana untuk bayi, anak-anak, dewasa, lansia, laki-laki, perempuan.

2.1.1 Fungsi Pakaian

Menurut Maknuna (2015) Manusia telah mengetahui pakaian dan busana sejak zaman dahulu. Pakaian menjadi kebutuhan utama manusia disamping pangan dan papan. Pakaian memiliki fungsi sebagai pelindung tubuh dari luar terutama dari suhu udara. pakaian juga berfungsi sebagai penutup tubuh agar seseorang dapat terlihat sopan.

Fungsi pakaian menjadi sangat beragam mengikuti perkembangan zaman dari masa ke masa. Fungsi pakaian tidak hanya sebagai pelindung tubuh manusia, namun juga digunakan untuk menimbulkan kepercayaan diri terhadap pemakainya dan dapat berfungsi sebagai penilai bagaimana penampilan seseorang apakah seseorang terlihat cantik, tampan, modis, *fashionable*, dan menunjukkan derajat sosial pemakainya. Saat ini pakaian telah menjadi barang yang sangat banyak diperdagangkan. Komponen utama suksesnya industri *fashion* adalah peranan pengusaha dalam menciptakan tren baru dan kemampuan konsumen untuk membeli pakaian atau daya beli pakaian terbaru.

2.1.2 Jenis-jenis Pakaian

Berikut adalah beberapa jenis pakaian yang termasuk jenis atasan menurut Kho dan Lombie (2013):

a. *Dress Shirt*

Bersifat rapi dan formal, ada juga varian berlengan pendek lebih kasual. Biasa digunakan di kantor atau acara-acara formal. Dalam pemilihan jenis baju ini, harus di perhatikan jenis kerah dan bentuk kemeja yang baik.

b. *Camp Shirt*

Bersifat tidak terlalu formal dan kasual. Umumnya di pakai longgar dan lebih besar dari ukuran badan. Baju ini mempunyai motif besar dan cocok untuk dikenakan di pantai.

c. *Guayabera Shirt*

Jenis baju ini merupakan varian dari *camp shirt*. Baju ini cocok untuk acara formal. Umumnya baju ini berbahan tipis dan tidak terlalu kaku.

d. *T-Shirt*

Jenis baju ini merupakan baju yang wajib dimiliki semua orang. Jenis baju ini bersifat fleksibel sebagai atasan. Biasa baju ini mempunyai gambar yang berupa hasil sablon ataupun *print* gambar. Tetapi jika baju ini akan digunakan untuk *layering*, disarankan menggunakan jenis baju *T-Shirt* polos.

e. *T-Shirt (Long Sleeve)*

Jenis baju ini merupakan varian baju *t-shirt* dengan lengan panjang. Jenis baju ini cocok untuk orang yang berbadan kurus. Jenis baju ini bisa dipadukan dengan kemeja sebagai dalaman.

f. *T-shirt (Ringer)*

Baju ini merupakan varian *t-shirt* dengan hem pada lengan dan kerah berbeda warna dari bajunya. Baju ini cocok untuk acara kasual karena baju ini berkesan santai dan rileks serta dapat juga digunakan untuk acara olahraga.

g. *Raglan*

Jenis pakaian ini cocok untuk yang tidak berbahu lebar. Baju ini umumnya cocok untuk acara di luar dan di dalam ruangan yang bersifat *casual*.

h. Polo Shirt

Baju ini biasa disebut sebagai *for that smart and casual look*. Warna *muted* berkesan *smart*, dan warna cerah berkesan *fun*. Jika ingin memilih baju ini, disarankan memilih tipe *slim-fit* dan polos agar terlihat rapi.

i. Henley Shirt

Baju ini merupakan polo shirt tanpa kerah yang memberi kesan lebih dewasa dan santai. Dalam memilih baju ini jangan memilih dengan ukuran yang terlalu ketat, karena akan membuat orang terlihat gemuk.

j. Rugby Shirt

Baju ini identik dengan pemain *rugby* dan dikenal oleh logo klub *rugby* serta pola bergaris-garis. Baju ini cocok untuk acara olahraga.

k. Sweat Shirt

Baju ini cocok untuk seseorang yang aktif di dalam acara-acara di luar ruangan seperti berkemah, mendaki gunung, atau berlari

l. Sleeveless Shirt

Umumnya baju ini berbahan denim, tapi terdapat juga bahan dari kemeja. Baju ini cocok untuk dikenakan saat berada di luar atau sedang *hiking* untuk menghindari cuaca panas.

2.2 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan penelitian mengenai bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, maupun menggunakan, serta bagaimana memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui barang, jasa, maupun ide (Kotler dan Keller, 2009). Sedangkan menurut Kristanto (2011) mengartikan perilaku konsumen sebagai aktivitas individu yang terlibat langsung dalam menggunakan dan mendapatkan barang dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan ketika belum dan sesudah memperoleh barang atau jasa tersebut.

2.3 Kuesioner

Menurut Nasution (2006) kuesioner atau angket merupakan kumpulan dari pertanyaan mengenai suatu permasalahan tertentu yang ditujukan kepada responden, untuk mendapatkan informasi tertentu. Terdapat dua tipe kuesioner

yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Kuesioner terbuka dibuat dalam bentuk sederhana agar responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan pendapat. Sedangkan Kuesioner tertutup ialah Kuesioner yang dibuat dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dirinya dengan memberikan tanda pada jawaban yang dipilih.

Dalam proses pembuatan kuesioner yang perlu dilakukan yaitu pertama adalah penentuan ide yang dibuat definisi operasionalnya. Definisi operasional tersebut dikembangkan menjadi dimensi-dimensi untuk menentukan jumlah indikator pertanyaan. Dari jumlah indikator yang diperoleh dibentuk menjadi *item-item* pertanyaan atau pernyataan. Kemudian ditentukan besar skor setiap pertanyaan. Langkah selanjutnya adalah melakukan seleksi *item* pertanyaan dan dilakukan pengujian.

2.4 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2015) Populasi mencakup atas objek dan subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu di suatu tempat yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian diambil hasil kesimpulannya. Populasi yang digunakan tidak hanya orang namun dapat berupa benda-benda alam lainnya. Bagian dari populasi yang sedang diteliti untuk menjadi perwakilan dari keseluruhan populasi disebut sampel. Terdapat 3 faktor yang mempengaruhi jumlah dari sampel yaitu tingkat akurasi, derajat keseragaman dan jumlah variable. Semakin tinggi tingkat akurasi yang diinginkan maka sampel yang dibutuhkan semakin banyak, Semakin tinggi tingkat keseragaman populasi maka semakin sedikit sampel yang diambil, dan jumlah variable mempengaruhi waktu, tenaga, dan biaya yang harus diberikan.

Terdapat dua cara yang dapat dilakukan dalam mengumpulkan sampel yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan metode pengumpulan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Non-probability* merupakan teknik yang bertolak belakang dengan *probability sampling*, dimana tidak memberi kesempatan yang sama untuk setiap populasi menjadi sampel. Metode yang

digunakan dalam menghitung ukuran sampel adalah metode *Slovin* yaitu sebagai berikut (Sevila, 1993):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (2.1)$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel
- N : Jumlah populasi
- Ne : Nilai *error*

2.5 *Data Mining*

Menurut Hermawati (2013), *Data mining* merupakan proses menganalisis dan mengestrak informasi secara otomatis melalui proses pembelajaran komputer (*Machine Learning*). Melalui proses iteratif dan interaktif *data mining* digunakan dalam suatu *database* yang besar untuk mencari pola atau model baru yang memberikan informasi berguna dan bermanfaat.

Pengambilan keputusan dalam *data mining* menggunakan *database* besar untuk mencari tren atau pola yang diinginkan. Pola tersebut akan digunakan untuk menghasilkan suatu analisis data yang berguna untuk dapat diteliti dengan lebih lanjut. Selain itu *data mining* dapat digunakan untuk menemukan korelasi yang terjadi dengan mempelajari kumpulan data besar yang tersimpan dengan menggunakan metode pencarian pola seperti teknik statistik dan matematika (Larose, 2005).

Pada dasarnya *data mining* mempunyai fungsi dan tugas untuk menjabarkan pola yang harus ditemukan dalam proses *data mining*. Kusriani dan Lutfi (2009) Menjabarkan *data mining* berdasarkan tugas yang bisa dilakukan, yaitu:

a. Deskripsi

Deskripsi dilakukan untuk mencari cara menampilkan pola yang terdapat dalam data. Deskripsi dari pola sering memberikan kemungkinan penjelasan untuk suatu pola dan kecenderungan.

b. Klasifikasi

Dalam klasifikasi *variable*, bertujuan untuk mengelompokkan suatu hal. Misalnya, mengklasifikasikan pakaian dalam tiga kelas, yaitu pakaian musim panas, pakaian musim semi, dan pakaian musim dingin.

c. Estimasi

Estimasi sama seperti klasifikasi, namun *variable* tujuannya menuju ke arah numerik daripada kategori. Misalnya, akan dilakukan estimasi jumlah pengunjung yang datang di Kota Batu pada hari libur.

d. Prediksi

Prediksi memiliki kesamaan dengan estimasi dan klasifikasi yang membedakan adalah hasil yang ditunjukkan adalah sesuatu hal yang akan terjadi (mungkin tidak akan terjadi). Misalnya, ingin diketahui prediksi kenaikan harga saham A pada sesi berikutnya.

e. Pengklusteran

Pengklusteran atau *Clustering* merupakan pengelompokan *record*, pengamatan dan membentuk kelas objek yang terlihat mirip. *Clustering* berbeda dari klasifikasi, dimana tidak adanya *variable target* dalam *clustering*.

f. Asosiasi

Asosiasi atau *association* bertugas untuk menemukan atribut yang muncul dalam satu waktu. Implementasi dari asosiasi adalah *market basket analysis* atau analisis keranjang belanja.

2.6 Metode Asosiasi

Tujuan metode asosiasi adalah untuk mencari pola yang sering terlihat di antara banyak transaksi, setiap transaksi akan terdiri dari beberapa *item*. Sehingga metode asosiasi akan menghasilkan rekomendasi penemuan pola antar *item* dalam berbagai transaksi yang terjadi. (Fadlina, 2014) Metodologi dasar analisis asosiasi terbagi menjadi dua tahap:

1. Analisis pola frekuensi tinggi

Tahap pertama adalah mengetahui gabungan item yang memenuhi syarat *minimum* dari nilai *support* dalam *database*. dengan rumus berikut:

$$Support(A) = \frac{\sum \text{Jumlah Transaksi Mengandung A}}{\sum \text{Total Transaksi}} \quad (2.2)$$

Sedangkan nilai *support* dari 2 *item* diperoleh dari rumus berikut

$$Support(AB) = \frac{\sum \text{Jumlah Transaksi Mengandung A dan B}}{\sum \text{Transaksi}} \quad (2.3)$$

2. Pembentukan aturan asosiatif

Setelah melakukan analisis pola tinggi, tahap selanjutnya adalah menghitung nilai *confidence*. Aturan asosiasi dapat ditemukan setelah *confidence* yang dihitung telah memenuhi syarat *minimum* untuk *confidence*. Nilai *confidence* diperoleh dengan rumus berikut.

$$\text{Confidence } P(B|A) = \frac{\sum \text{Jumlah Transaksi Mengandung A dan B}}{\sum \text{Transaksi Mengandung A}} \quad (2.4)$$

2.7 Algoritma Apriori

Metode asosiasi merupakan teknik untuk mencari aturan kombinasi *item* dengan mencari analisis pola frekuensi tinggi (*frequent pattern mining*). Terdapat 2 nilai yang digunakan untuk mengetahui aturan asosiasi yang terbentuk yaitu: nilai *support* dan *confidence*. *Support* merupakan nilai presentasi kombinasi *item* dalam *database*, sedangkan *confidence* digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan yang terjadi antar *item* dalam aturan asosiasi. (Kusrini dan Lutfi, 2009)

2.8 Metode Klasifikasi

Klasifikasi *data mining* merupakan metode yang digunakan untuk menemukan model yang digambarkan dengan perbedaan kelas data atau konsep yang berfungsi untuk memprediksi kelas dari objek yang sudah diketahui. (Annur, 2018) Menurut Gorunescu (2011) terdapat empat komponen yang mendasari proses klasifikasi yaitu:

1. *Class*

Class merupakan *variable dependent* yang memiliki ketergantungan berupa data yang mempresentasikan suatu label yang melekat pada objek.

2. *Predictor*

Predictor merupakan *variable dependent* yang memiliki ketergantungan yang direpresentasikan oleh atribut tertentu.

3. *Traning data set*

Training data set merupakan sekumpulan data yang mengandung nilai dari dua komponen sebelumnya yang digunakan untuk memilih kelas yang tepat berdasarkan *predictor*.

4. *Testing data set*

Testing data set merupakan sekumpulan data baru yang akan diproses dengan menggunakan model yang ditentukan, dan hasil tersebut akan dievaluasi keakuratannya.

2.9 Algoritma C4.5

Algoritma C4.5 merupakan salah satu solusi pemecahan kasus yang sering digunakan dalam pemecahan masalah pada teknik klasifikasi. Keluaran dari algoritma C4.5 berupa sebuah *decision tree* layaknya teknik klasifikasi lain. *Decision tree* adalah sebuah struktur yang dapat digunakan untuk membagi kumpulan data yang besar menjadi himpunan-himpunan *record* yang lebih kecil dengan menerapkan serangkaian aturan keputusan. Dengan masing-masing rangkaian pembagian, anggota himpunan hasil menjadi mirip satu dengan yang lain (Berry dan Linoff, 2004)

Decision Tree atau Algoritma C4.5 merupakan salah satu dari algoritma klasifikasi. Metode *decision tree* menjabarkan keputusan dengan mengolah data yang sangat besar. Pohon keputusan juga berguna untuk mengeksplorasi data, menemukan hubungan tersembunyi diantara *variable input* dan *variable target* (Gorunescu, 2011). *Decision tree* merupakan *flowchat* seperti struktur pohon, dimana setiap internal *node* menunjukkan sebuah *test* pada sebuah atribut, tiap cabang menunjukkan hasil dari *test*, dan *leaf node* menunjukkan *class distribution*. Pada *decision tree* terdapat tiga jenis *node* yaitu:

1. *Rood Node*

Rood Node merupakan *node* paling atas, dan pada *node* ini tidak ada *input* dan bisa tidak mempunyai *output* atau mempunyai *output* lebih dari satu.

2. *Internal Node*

Internal Node merupakan *node* percabangan, dan pada *node* ini hanya satu *input* dan mempunyai *output* minimal dua.

3. *Leaf Node*

Leaf Node merupakan *node* akhir, dan pada *node* ini hanya terdapat satu *input* dan tidak mempunyai *output*.

2.10 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui alat ukur yang digunakan tersebut *valid* dalam mengukur *variable* yang diukur. Kemampuan alat ukur dalam mencapai tujuan yang dilakukan menjadi faktor yang mempengaruhi kuesioner *valid* atau tidak. Uji Validitas dilakukan dengan menghubungkan nilai jumlah pertanyaan dengan total nilai *variable*. (Ghozali, 2006)

2.11 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat dapat menghasilkan nilai yang sama apabila dilakukan pengujian ulang pada subyek yang sama, ketika responden tidak mengalami perubahan. Pengujian dilakukan dengan menghitung *cronbach's Alpha*, yaitu nilai yang menjabarkan seberapa bagus *item-item* dalam suatu pertanyaan dapat berhubungan secara positif satu sama lain. (Azwar, 2000)

2.10 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Sunita (2018) yang berjudul Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Membeli Produk *Fashion*. Penelitian dilakukan di *Mall Grand Indonesia Shopping Town-Jakarta Pusat*, teknik pengambilan data menggunakan survey terhadap 100 remaja yang berkunjung ke *Mall Grand Indonesia Shopping Town*. Pada penelitian ini terdapat 4 indikator faktor yang digunakan untuk mengetahui faktor apa yang dominan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dalam membeli pakaian. Faktor tersebut adalah faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Setiap faktor memiliki subindikator masing-masing untuk faktor budaya yaitu kebudayaan dan sub-kebudayaan, faktor sosial meliputi kelompok referensi, keluarga, dan peran atau

status, faktor pribadi meliputi gaya hidup dan kepribadian, dan faktor psikologi terdiri dari pembelajaran dan keyakinan. Hasil penelitian diperoleh bahwa faktor yang paling mempengaruhi adalah faktor pribadi sebesar 74% dan faktor terendah adalah faktor psikologis sebesar 66%. Sehingga faktor pribadi menjadi faktor yang paling mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dalam membeli produk *fashion*.

Penelitian terdahulu selanjutnya dilakukan oleh Mulyana (2014) dengan judul Pemakaian Metode Asosiasi Dalam *Data Mining* Untuk Penjualan Lebih Dari Satu Jenis Produk Pada Perusahaan. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode asosiasi untuk penjualan terhadap lebih dari satu jenis produk pada perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui produk yang sering di beli oleh pelanggan, menyusun strategi pemasaran perusahaan dan meningkatkan penjualan produk perusahaan kepada pembeli dan pelanggan. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data transaksi penjualan produk. Hasil dari penelitian ini yaitu dari berbagai produk yang diamati terdapat pola hubungan yang terjadi pada beberapa produk. Pola hubungan tersebut dapat berguna untuk memberikan usulan strategi pemasaran pada perusahaan.