

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP
KEPUTUSAN MEMBELI PADA PENGGEMAR TANAMAN HIAS**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat
Mencapai gelar Sarjana S-1 Psikologi



Oleh :

**Mefa Rianie
F. 100 040 106**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2008**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan tanaman hias saat sekarang ini sedang berada di atas angin. Banyak orang berlomba-lomba untuk mendapatkan tanaman yang sedang marak dibicarakan orang. Jenis-jenis tanaman hias *anthurium* dengan nama-namanya seperti : Gelombang Cinta, Jemani, Hokeri Merah, Keladi Batura, Gelombang Cinta rumpun merupakan nama-nama jenis tanaman hias yang baru banyak peminat (Winarsih, 2007).

Banyaknya pemberitaan jenis-jenis tanaman di media cetak, seperti di koran ataupun di tabloid membuat masyarakat ingin membeli tanaman hias. Minat membeli tanaman hias bukan saja milik orang-orang yang hoby dengan tanaman hias, melainkan orang biasa untuk menambah penghasilan dengan berdagang tanaman hias tersebut (Winarsih, 2007).

Seseorang yang mempunyai hoby pada tanaman dan ingin memiliki timbul minat membeli apabila melihat tanaman yang menarik perhatian. Minat tersebut akan diikuti oleh sikap mengambil keputusan membeli dengan berbagai dasar pertimbangan-pertimbangan yang mampu dilakukan oleh individu.

Swastha dan Irawan (2001) berpendapat bahwa keputusan untuk membeli yang diambil oleh pembeli itu sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan

penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap, yaitu : (1) menganalisa keinginan dan kebutuhan, (2) menilai beberapa sumber yang ada, (3) menetapkan tujuan pembelian, (4) mengidentifikasi alternatif pembelian, (5) mengambil keputusan untuk membeli, dan (6) perilaku sesudah pembelian. Setelah tahap-tahap tersebut dilakukan, tiba saatnya bagi pembeli untuk mengambil keputusan apakah membeli atau tidak. Jika dianggap bahwa keputusan yang diambil adalah membeli, maka pembeli akan menjumpai serangkaian keputusan menyangkut jenis produk, bentuk produk, merk, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya.

Stanton (1996) mengemukakan bahwa pengertian membeli adalah memperoleh sesuatu dengan menukar atau membayar dengan uang. Sedangkan nilai uang yang disebutkan dalam rupiah sebagai alat ukur disebut dengan harga.

Seseorang tertarik untuk membeli suatu barang, salah satunya dipengaruhi oleh harga. Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang ditentukan oleh sejumlah uang untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk atau jasa dan pelayanannya (Swastha, 1992). Harga barang dapat tinggi apabila kualitas barang dapat memuaskan pembeli dan tidak merugikan. Demikian juga harga barang dapat diturunkan dengan tujuan untuk menarik pembeli.

Harga-harga jenis tanaman hias banyak diperbincangkan orang karena harganya yang tinggi. Seperti yang dikatakan oleh Maryana (2007) bahwa harga tanaman hias dapat dikatakan tinggi antara 35 ribu rupiah sampai dengan 500 ribu rupiah per pohon, bahkan ada yang sampai jutaan rupiah per pohon. Dilanjutkan

oleh Aris (2006) bahwa tanaman hias dengan harga mahal tidak mengurangi minat membeli penggemar tanaman hias.

Keputusan membeli merupakan faktor yang penting sehingga terjadi perilaku membeli. Minat membeli konsumen juga didasarkan pada adanya kesadaran terhadap *need arousal* yang merupakan suatu manifestasi atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

Konsumen yang ingin memenuhi keinginannya untuk membeli tanaman hias ini adalah konsumen yang memiliki kesadaran tinggi terhadap lingkungan yang mana mereka akan membeli tanaman hias itu dengan harganya yang relatif mahal sekalipun (Vlosky,1999). Harga-harga jenis tanaman banyak diperbincangkan orang karena harganya yang tinggi. Seperti yang dikatakan oleh Aris (2006) bahwa harga tanaman hias dapat dikatakan tinggi antara 35 ribu rupiah sampai dengan 500 ribu rupiah per pohon, bahkan ada yang sampai jutaan rupiah per pohon. Dilanjutkan oleh Aris (2006) bahwa tanaman hias dengan harga mahal tidak mengurangi keputusan membeli penggemar tanaman hias. Adanya konsep tentang penilaian suatu harga pada tanaman hias lebih didasarkan dari terbentuknya persepsi seseorang terhadap produk tersebut. Sedangkan persepsi terhadap harga sendiri dapat didefinisikan sebagai persepsi pelanggan atau pembeli terhadap jumlah uang yang dibebankan terhadap suatu barang karena barang tersebut mempunyai keunggulan yang berkaitan dengan apa yang diharapkan pelanggan (Durianto, dkk, 2002). Oleh karena itu, pelanggan disini adalah para penggemar tanaman hias. Sehingga, Penggemar tanaman hias timbul

suatu pemikiran bahwa harga tanaman hias tinggi karena banyak manfaat bagi pemiliknya.

Harga tanaman yang melambung tinggi menimbulkan persepsi negative bagi orang-orang tertentu. Allport (Walgito, 2003) menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses kognitif yang dipengaruhi oleh pengalaman, sosialisasi, cakrawala, dan pengetahuan. Faktor pengalaman dan proses belajar memberikan bentuk dan struktur obyek yang ditangkap panca indra. Oskamp (dalam Hamka, 2002) menyatakan bahwa persepsi individu dipengaruhi oleh faktor fungsional dan struktural. Faktor fungsional ialah faktor-faktor yang bersifat personal. Misalnya kebutuhan individu, usia, pengalaman masa lalu, kepribadian, jenis kelamin, dan hal-hal lain yang bersifat subjektif. Sesuai dengan pengalaman persepsi harga timbul terhadap suatu objek barang yang sedang terkenal.

Keputusan membeli tanaman hias dengan berdasar pada berbagai macam pilihan yang sulit dimiliki oleh setiap orang dapat dijadikan seseorang sebagai simbol status sosial di masyarakat. Seseorang yang dapat membeli tanaman hias yang tidak semua orang dapat memiliki dapat menimbulkan suatu kebanggaan bahwa orang tersebut mampu membeli.

Keputusan membeli pada tanaman hias dipengaruhi oleh faktor pribadi. Kotler (2000) berpendapat bahwa faktor pribadi yang mempengaruhi minat membeli adalah keputusan membeli yang dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. karakteristik tersebut meliputi usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

Gaya hidup sekarang ini, khususnya pada kegemaran tanaman hias dengan berbagai macam jenis dan harga telah menjadi 'trend' bagi orang-orang yang mempunyai status sosial tinggi di masyarakat. Menurut Evans dan Berman (dalam Kusumastuti, 2006) bahwa gaya hidup berhubungan dengan aspek sosial dan psikologis seseorang. Aspek sosial meliputi budaya, kelas sosial, kinerja sosial, kelompok sosial, pendapat masyarakat, siklus kehidupan keluarga, dan penggunaan waktu dalam berbagai kegiatan. Adapun aspek psikologis meliputi kepribadian, sikap dan opini, kesadaran kelas, motivasi, pemahaman atas resiko, keinovatifan, dan pola belanja.

Penulis memilih tanaman hias karena tanaman hias saat ini sudah menjadi industri hobi yang memberi keuntungan berlipat dalam tempo singkat. Harga terus merangkak naik seiring permintaan dan kelangkaan jenis tanaman. Pelaku bisnis pun makin ramai dan terus bertambah dengan munculnya pialang-pialang kelas papan atas bermodal besar. Kehadirannya mengguncang bursa tanaman hias di negeri ini menjadi sebuah fenomena luar biasa dalam perjalanan bisnis tanaman hias.

Permasalahan tentang persepsi harga yang kurang tepat pada tanaman jenis *anthurium*, yaitu harga tanaman hias *anthurium* yang mahal dapat meningkatkan kondisi sosial pembeli. Pemilik tanaman hias *anthurium* saat sekarang ini dapat dikategorikan sebagai gaya hidup yang kurang ekonomis mengingat harga jenis tanaman tersebut mahal. Harga tanaman hias *anthurium* yang mahal sehingga hanya orang-orang tertentu saja yang memungkinkan untuk memutuskan membeli jenis tanaman *anthurium*.

Asumsi mengenai adanya hubungan antara persepsi terhadap harga dan gaya hidup dengan keputusan membeli tanaman hias menarik untuk dilakukan penelitian. Karena harga tanaman hias yang harganya tinggi tidak selamanya menunjukkan gaya hidup yang positif, terkesan menghambur-hamburkan uang berkaitan dengan minat membeli pada tanaman hias.

B. Rumusan Masalah

Berdasar dari permasalahan yang telah diuraikan diatas dan untuk memberikan arah yang jelas dari penelitian ini, maka dapat ditarik suatu rumusan masalah sebagai berikut :

“Apakah ada pengaruh Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Membeli pada penggemar Tanaman Hias?”.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui :

1. Apakah pengaruh antara persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan membeli pada penggemar tanaman hias
2. Apakah ada pengaruh persepsi harga terhadap keputusan membeli pada penggemar tanaman hias.
3. Apakah ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan membeli pada penggemar tanaman hias.

4. Mengetahui aspek mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan membeli.
5. Mengetahui kondisi atau tingkat Persepsi terhadap harga, Gaya Hidup dan Keputusan membeli pada penggemar tanaman hias

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi ilmu pengetahuan khususnya psikologi konsumen, yaitu untuk dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan berupa data empiris tentang pengaruh persepsi harga dan gaya hidup terhadap keputusan membeli.
2. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi konsumen dalam upaya peningkatan persepsi yang positif dan gaya hidup yang bermanfaat.
3. Dapat digunakan oleh peneliti yang lain yang hendak meneliti hal yang sama yaitu tentang keputusan membeli tanaman hias, serta dapat dipakai sebagai bahan untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya.