

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, GAYA HIDUP, DAN
KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO (PGS)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I
pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Oleh :

ARI PRABANCONO

B 100 140 175

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, GAYA HIDUP
DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO (PGS)**

PUBLIKASI ILMIAH

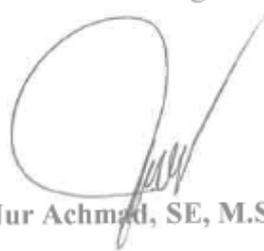
Oleh :

ARI PRABANCONO

B100140175

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Pembimbing



(Nur Achmad, SE, M.Si)

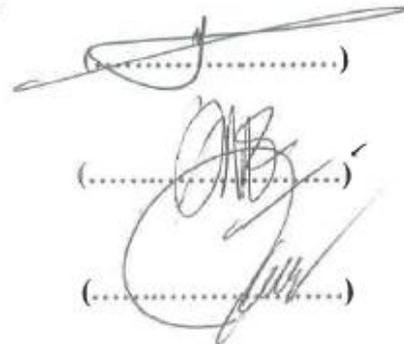
HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, GAYA HIDUP
DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO (PGS)**

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Senin, 2 Juli 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat**

Dewan Penguji :

1. **Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Dra. W. Mukharomah, M.M**
(Sekretaris Dewan Penguji)
3. **Nur Achmad, S.E., M.Si**
(Anggota Dewan Penguji)



(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Samsudin, M.M)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 23 Oktober 2018

Penulis



ARI PRABANCONO
B100140175

ANALISIS PENGARUH FAKTOR KEBUDAYAAN, GAYA HIDUP, DAN KELAS SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BATIK DI PUSAT GROSIR SOLO (PGS)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan, gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen batik di pusat grosir solo (PGS). Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh dari ketiga variabel independen terhadap variabel dependen. Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience-purposive sampling*. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuesioner dengan skala likert. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji analisis regresi linier berganda. Hasil menunjukkan bahwa baik secara parsial dan simultan variabel pengaruh faktor kebudayaan, gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada koefisien determinan (R^2) diperoleh hasil 0,797 artinya variabel faktor kebudayaan (X_1), gaya hidup (X_2), dan kelas sosial (X_3) mampu menerangkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,797 atau 79,7%, dan sisanya dapat dijelaskan variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: faktor kebudayaan, gaya hidup, kelas sosial dan keputusan pembelian.

Abstract

The purpose of this research is to know the influence of culture factor, lifestyle and social class on consumer purchasing decision of batik at solo wholesale center (PGS). This study also aims to determine jointly the influence of the three independent variables to the dependent variable. The type of research is quantitative research, with a sample of 100 respondents. Sampling using convenience-purposive sampling technique. Techniques of collecting research data through questionnaires with Likert scale. Data analysis methods used were validity test, reliability test, classical assumption test, and multiple linier regression analysis test. The results show that both partially and simultaneously the variables influencing culture, lifestyle and social class have positive and significant influence on purchasing decision. In the determinant coefficient (R^2), the result of 0.797 means that culture factor (X_1), lifestyle (X_2), and social class (X_3) can explain the purchase decision variable (Y) of 0.797 or 79.7%, and the rest can be explained variable other outside the research model.

Keywords: cultural factors, lifestyle, social class and purchasing decisions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis membuat sebuah dinamika baru tentang perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai ciri kepribadian yang mungkin sudah

melekat karena kebudayaan yang telah ada maupun bersumber dari gejolak dalam benak untuk melakukan suatu perubahan kaitannya dengan pemenuhan kebutuhan. Perilaku konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran perusahaan, yaitu perilaku konsumen dalam melakukan pembelian (Swastha dan Irawan,2008).

Menurut Mowen (1990) dalam Oliver (1997) efek hirarki keputusan pembelian digunakan untuk menggambarkan urutan proses munculnya keyakinan (*beliefs*), sikap (*attitudes*) dan perilaku (*behavior*) yang merupakan tahap pemrosesan informasi. Keyakinan menunjukkan pengetahuan kognitif yang dimiliki konsumen dengan mengaitkan atribut, manfaat dan obyek (dengan mengevaluasi informasi), sementara itu sikap mengacu kepada perasaan atau respon efektifnya. Sikap berlaku sebagai acuan yang mempengaruhi dari lingkungannya (Loundon dan Dela Bitta, 1993). Perilaku menurut Mowen (1990) dalam Oliver (1997) adalah segala sesuatu yang dikerjakan konsumen untuk membeli, membuang dan menggunakan produk dan jasa.

Perkembangan cara pandang dan persepsi konsumen Indonesia tentang model dan cara berpakaian mendukung perkembangan pasar produk pakaian dan aksesoris menjadi cukup pesat. Adanya kebutuhan masyarakat dan kondisi lingkungan yang meliputi berbagai hal, seperti gaya hidup, ekonomi, sosial, politik dan budaya, ikut mendorong sekaligus mempengaruhi munculnya mode baru. Gaya hidup dapat diartikan sebagai suatu pola hidup atau karakteristik seseorang yang mampu mencerminkan tentang bagaimana mengaktualisasi diri dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Kotler (2005) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktifitas, minat danopininya. Gaya hidup menggambarkan ”keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya.

Meluasnya busana batik dalam beberapa dekade terakhir berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. Di dalam tubuh masyarakat berkembang kebiasaan baru untuk memakai busana batik modern pada acara-acara resmi, seperti pesta pernikahan, pertemuan para pejabat tinggi negara, upacara pembukaan pameran, dan kegiatan lainnya yang sebelumnya cenderung

mengenakan jas. Demikian pula muncul kewajiban para siswa sekolah dasar dan menengah setiap satu minggu sekali untuk memakai pakaian batik. Hal itu merupakan fakta-fakta penguatan budaya lokal dalam kehidupan masyarakat modern di perkotaan dan indikasi terciptanya gaya hidup untuk menggunakan pakaian batik (Agus Sachari, 2007).

Di tengah gaya hidup berbusana global yang masuk ke Indonesia, pemunculan batik dengan gaya trendi memang sangat menarik perhatian. Baju dari tekstil tradisional yang dirancang modis ternyata bisa tampil segar, ringan dan disukai masyarakat (<http://id.wikipedia.org/wiki/Batik>). Batik sebagai salah satu kekayaan budaya bangsa Indonesia mempunyai nilai yang tinggi dan abadi sepanjang masa. Namun tetap harus dilakukan upaya untuk melestarikannya (www.wordpress.com). Saat ini perkembangan toko batik di daerah Surakarta sangatlah pesat. Salah satu wilayah yang menjadi pusat penjualan batik di Surakarta terdapat di Pusat Grosir Solo. Pusat Grosir Solo mempunyai letak yang sangat strategis di Pusat Kota. Terletak di kawasan Gladag yang merupakan pusat pariwisata Kota Solo yang dekat dengan Obyek wisata seperti Keraton Kasunanan Surakarta maupun Kraton Mangkunegaran. Selain itu, Pusat Grosir Solo juga menjadi perhentian bagi sarana transportasi wisata khas kota Solo seperti Kereta Api Uap jaladara, Bus Tingkat Werkudara dan Kereta Kencana. Hal-hal tersebut membuat Pusat Grosir Solo selalu ramai dengan pengunjung. (<http://pusatgrosirsolo.com/tentang-pusat-grosir-solo>) Banyak berderet kios di dalam Pusat Grosir Solo yang menjual berbagai macam produk dari bahan batik mulai dari baju, celana, tas, mukena, spre, dan lain-lain.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisis Pengaruh Faktor Kebudayaan, Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik di Pusat Grosir Solo**”.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan metode kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif ini, banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari

hasilnya, demikian juga pemahaman akan kesimpulan penelitian ini dilengkapi dengan table (Arikunto, 2006).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pusat grosir solo merupakan pusat perbelanjaan yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas penunjang kenyamanan dan keamanan baik kepada pedagang maupun kepada para pengunjungnya. Pusat grosir solo terletak di Jl. Mayor Sunaryo No. 1 Kedunglumbu, Gladag, Surakarta Jawa Tengah 57133.

Pusat perbelanjaan ini melayani kebutuhan fashion bagi pembeli dalam jumlah grosir maupun eceran. Selain pusat perdagangan, pusat grosir solo juga menjadi tujuan utama bagi para wisatawan ketika mereka mencari oleh-oleh batik, saat berkunjung ke Kota Solo.

Pusat Grosir Solo mempunyai letak yang sangat strategis di Pusat Kota. Terletak di kawasan Gladag yang merupakan pusat pariwisata Kota Solo yang dekat dengan Obyek wisata seperti Keraton Kasunanan Surakarta maupun Kraton Mangkunegaran. Selain itu, Pusat Grosir Solo juga menjadi pemberhentian bagi sarana transportasi wisata khas kota Solo seperti Kereta Api Uap jaladara, Bus Tingkat Werkudara dan Kereta Kencana. Hal-hal tersebut membuat Pusat Grosir Solo selalu ramai dengan pengunjung.

Pusat Grosir Solo selalu mengupayakan ketiga hal tersebut kepada para pedagang dan pengunjungnya melalui management pengelolaan gedung yang profesional dan berbagai strategi marketing communication yang up todate, menjadikan Pusat Grosir Solo beserta para pedagang yang tergabung di dalamnya menjadi pemimpin pasar perdagangan di Kota Solo.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kebudayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ketut Indah Pratiwi et. al (2017) yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir Pada Jegeg Ayu Boutiqe di Kuta. Kebudayaan menurut Purimahua (2005), faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen. Pemasaran harus mengetahui peran yang dimainkan oleh

budaya, sub-budaya, dan kelas sosial. Budaya mengacu pada gagasan, simbol-simbol yang memiliki makna untuk berkomunikasi, nilai, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya dapat dilihat dari kepercayaan, pandangan dan kebiasaan konsumen terhadap suatu produk. Semakin tinggi kepercayaan terhadap produk, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo. Hal tersebut sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Novia Dian Prastiwi (2015) yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Starbucks Reserve Galaxy Surabaya yang menyatakan variabel Gaya Hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup menurut Kotler (2005) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan”keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasat mata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kelas sosial berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rini Astuti et. all (2017) yang berjudul Faktor –faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern : Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. Kelas sosial menurut Engel, et all (1994), dalam Husein Umar (2005) kelas sosial dapat di definisikan sebagai stratifikasi yang terjadi untuk mengembangkan dan melestarikan identitas sosial kolektif di dalam dunia yang dicirikan oleh ketidaksamaan ekonomi yang mudah menyebar. Identitas sosial dicapai dengan menetapkan batas-batas pada interaksi di antara manusia dari status yang tidak sama.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa secara simultan variabel kebudayaan, gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan

pembelian konsumen batik di Pusat Grosir Solo. Keputusan pembelian menurut Setiadi (2003) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*), yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Besarnya pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian yaitu 79,7 %. Jadi, dengan melihat besarnya pengaruh ketiga variabel independen terhadap keputusan pembelian maka, sudah sepantasnya ketiga variabel tersebut menjadi perhatian khusus bagi penjual batik di pusat grosir solo dalam pemasaran produknya.

4. PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang disajikan dalam Bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut: Terbukti bahwa faktor kebudayaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo, Terbukti bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap secara parsial keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo, Terbukti bahwa kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap secara parsial keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo, Terbukti bahwa faktor kebudayaan, gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Batik di Pusat Grosir Solo.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kebudayaan, gaya hidup, dan kelas sosial signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, untuk itu diharapkan Pusat Grosir Solo dapat mempertahankan hal tersebut atau bahkan dapat meningkatkan. Sehingga keputusan pembelian konsumen semakin bertambah.

Bagi peneliti berikutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan cara menggunakan variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan keputusan pembelian di Pusat Grosir Solo, sehingga dapat diketahui lebih spesifik mengenai pengaruh variabel kebudayaan, gaya hidup dan kelas sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N.N.N., dan Sulaiman, M. (2004), "Environmental Disclosures in Malaysian Annual Reports: A Legitimacy Theory Perspective". *International Journal of Commerce and Management*, 14, 44.
- Alma, Buchari, 2004, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan Keenam, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arni, Muhammad. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Assauri, Sofjan. (1999). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*, Yogyakarta : BPFE UGM.
- Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*. Jakarta: Liberty.
- Djaali. 2008. *Skala Likert*. Jakarta: Pustaka Utama.
- Engel, James F, dkk. 1992. *Perilaku Konsumen*. Edisi Keenam. Jilid 1. Terjemahan oleh F.X. Budiyanoto. 1994. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multi Variat dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Husein Umar, 2005. *Metode Penelitian*. Jakarta : Salemba Empat.
- J. Supranto, 2000, *Statistik (Teori dan Aplikasi)*, Edisi Keenam, Jakarta, Erlangga.
- Kaharu, Debora dan Budiarti Anindhyta. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. Surakarta: Journal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 5, Nomor 3, Maret 2016.
- Koentjaraningrat. 2003. *Pengantar Antropologi –Jilid 1*, cetakan kedua, Jakarta: Rineka Cipta.