

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PUSAT KERAJINAN KUNINGAN
DAN TEMBAGA PAMUNGKAS GALLERY BOYOLALI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Disusun oleh :

WAHYU HIDAYAH

NIM : B 100 050 094

**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2010

BAB I

PEDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semakin perkembangan jaman dan seiring dengan lajunya gerak informasi yang disertai pula dengan kemajuan di bidang teknologi, bangsa Indonesia mau tidak mau telah memasuki era baru yang sesungguhnya menunjukkan bahwa kita telah beralih dari masyarakat tradisional ke masyarakat industrial. Dengan adanya peralihan tersebut mengakibatkan perubahan-perubahan pada pola kehidupan masyarakat. Perubahan yang terjadi bukan hanya bersifat fisik saja, tetapi juga menyebabkan perubahan perilaku pada masyarakatnya yang terdiri dari wanita dan pria dengan berbagai tingkatan usia yang cenderung memiliki perilaku tertentu yang perubahannya signifikan dengan perubahan jaman.

Sebagai komponen dalam masyarakat, konsumen juga mengalami perubahan-perubahan seiring dengan perubahan lingkungan maupun jaman yang ditunjukkan dengan adanya emansipasi baik pria maupun wanita yang direfleksikan dalam bekerja untuk meningkatnya tingkat kemandirian dalam mencari pendapatan ataupun dominasi dalam keputusan-keputusan tertentu termasuk dalam konsumsi rumah tangga yang mengorientasikan pada keluarga.

Berkaitan dengan kegiatan konsumsi banyak hal yang mempengaruhinya keputusan dalam membeli. Hal itu dapat berupa faktor

intern dan ekstern dari pribadi dalam rumah tangga tersebut. Biasanya dalam suatu keluarga ibu rumah tangga cenderung untuk mendominasi keputusan pembelian, walaupun prosesnya didahului oleh pengaruh anggota keluarga lainnya. Namun tidak dapat diingkari bahwa wanita adalah individu yang juga memiliki kebutuhan dan keinginan tersendiri yang tercermin dalam perilaku tertentu. Dalam kaitannya dengan penelitian tentang pengaruh faktor internal konsumen terhadap keputusan pembelian, maka para pemasar dapat mempelajari karakteristik konsumen ataupun pandangan mereka yang berpengaruh pada keputusan pembeliannya. Untuk mempelajari perilaku konsumen secara luas baik konsumen pria maupun wanita, maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut yang didasarkan pada perilaku konsumen.

Secara luas perilaku konsumen dapat didefinisikan Swastha dan Handoko, (1982) sebagai suatu kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Definisi tersebut menjelaskan bahwa dalam keputusan pembelian ada pengaruh faktor-faktor tertentu baik itu bersifat intern maupun ekstern. Faktor ekstern dapat berupa kebudayaan, kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi dan keluarga. Untuk faktor keluarga, jumlah anak, usia anak, tingkat pendapatan keluarga dan yang lainnya dapat berpengaruh dalam tingkat tertentu. Faktor intern dari dapat berupa faktor-faktor yang mencakup budaya konsumen, kelas sosial, karakteristik individu,

dan faktor psikologis. Faktor intern ini dipengaruhi oleh usia, tingkat pendidikan, pandangan terhadap produk dan lain-lain. Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhannya.

Uraian tersebut di atas menjadikan penulis tertarik dan ingin mengetahui seberapa besar pengaruh karakteristik konsumen, yang dalam hal ini adalah konsumen baik pria maupun wanita, dalam keputusan pembelian barang-barang kerajinan kuningan dan tembaga. Untuk itu dalam rangka melakukan penelitian tentang perilaku konsumen ini, maka penulis memilih skripsi dengan judul : **“PENGARUH FAKTOR INTERNAL KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PUSAT KERAJINAN KUNINGAN DAN TEMBAGA PAMUNGKAS GALLERY BOYOLALI.**

B. Perumusan Masalah

Dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat maka perusahaan semakin meningkatkan produksi. Seiring hal itu berbagai cara dilakukan untuk meningkatkan volume penjualannya misalnya adalah mengoptimalkan bauran pemasaran. Faktor internal konsumen yang mencakup budaya konsumen, kelas sosial, karakteristik individu, dan faktor psikologis juga tidak bisa diabaikan. Faktor-faktor itulah yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Oleh karena itu perusahaan harus pandai membaca sikap serta perilaku konsumen. Dalam penelitian ini masalah yang menjadi perhatian adalah :

1. Apakah budaya konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga?
2. Apakah kelas sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga?
3. Apakah karakteristik individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga?

4. Apakah faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh budaya konsumen terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga.
2. Menganalisis pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga.
3. Menganalisis pengaruh karakteristik individu terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga.
4. Menganalisis pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian kerajinan kuningan dan tembaga oleh konsumen rumah tangga.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur atau studi pustaka mengenai pengaruh faktor internal konsumen terhadap keputusan pembelian suatu produk. Sehingga diharapkan dapat

menambah ilmu pengetahuan dan menjadi bahan diskusi dikalangan akademisi maupun praktisi dan dapat memunculkan penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mengevaluasi tingkat pelayanan kepada konsumen, mengenai apakah strategi yang telah dijalankan sudah tepat sasaran atau perlu melakukan evaluasi lebih lanjut.

E. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi teori-teori dari berbagai sumber tertulis yang dipakai sebagai bahan acuan dalam pembahasan atas topik permasalahan yang dimunculkan dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang obyek lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, tehnik pengumpulan data, identifikasi variable, pengukuran operasional variable dan metode analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, data yang diperoleh, analisis data, hasil analisis data, hasil analisis data dan pembahasannya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari pemecahan masalah yang diajukan serta saran-saran yang perlu disampaikan.