

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Mengikuti terus perjalanan waktu sering bertambahnya jumlah populasi manusia dengan demikian meningkat pula upaya-upaya manusia dalam pemenuhan kebutuhan dasar sehari-hari. Mulai dari kebutuhan yang bersifat pokok mulai pemenuhan pangan, Pemenuhan sandang sehingga mencakup kebutuhan yang bersifat integrative. Salah satu kebutuhan manusia, diantaranya perabot, mebel dan interior atau kini lebih dikenal sebagai produk sebutan furniture merupakan satu dari sekian banyak aneka kebutuhan manusia yang terus meningkat. walaupun kebutuhannya tidak mendesak perkembangannya ditandai semakin semaraknya dan menjamunya pilihan produk-produk furniture buatan Indonesia yang ada, tersedia dan beredar dipasaran.

Toko Praiya Furniture merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang industri meubel yang berlokasi di jalan Timor Raya Km 10 Kecamatan Kelapa Lima, Kabupaten kota Kupang. Toko Praiya Furniture secara struktur organisasi jabatan general manager dipimpin oleh Bpk Yusulton Agus Pitono. Toko Praiya Furniture memproduksi beberapa kebutuhan rumah tangga dan peralatan kantor antara lain, Springbed, kursi plastik, lemari plastic, meja dan lain- lain. Dan perlengkapan kantor seperti, meja, kursi, lemari. Dalam hal penelitian ini penulis meneliti pada produk produk di Toko Praiya furniture Oesapa Kota Kupang. Toko Praiya Furniture senantiasa yang menjual produk yang berkualitas dan

mempunyai nilai lebih dibanding produk pesaing, Baik pemilihan material dan proses pembuatannya, semua melalui kualifikasi yang terstandar.

Menggambarkan keberadaan sebuah Furniture didalam pikiran konsumen tergambar tentang kualitas produk, kenyamanan dari furniture tersebut. Hal Ini dipengaruhi oleh aktivitas pelayanan. Sesuatu yang meningkatkan kestandaran produk adalah kualitas alat perabotan rumah tangga dalam memperluas pasar. Apabila konsumen merasa puas dengan kualitas produk yang ada di Toko Praiia furniture maka harus mempertahankan untuk mempengaruhi keputusan konsumen serta mempertahankan konsumennya.

Fenomena persaingan antara Toko Praiia Furniture yang ada telah membuat setiap toko Furniture menyadari penting dan perlunya memaksimalkan asset-aset Toko Furniture demi kelangsungan Toko Praiia Furniture untuk menghasilkan produk lemari, kursi, meja, spring bed dll, yang berkualitas tinggi. Dalam hal ini menuntut Toko Praiia Furniture untuk mengadakan pendekatan secara terus menerus terhadap konsumen. Semua itu untuk memahami interaksi konsumen yaitu apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Adapun tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor harga. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui lebih mendalam tentang perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk pada Toko Praiia Furniture Oesapa Kota Kupang.

Selain itu Kotler dan Keller (2009 : 166) mengemukakan dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. melalui keluarga dan institusi utama lainnya, seorang anak yang tumbuh di negara lain mungkin mempunyai pandangan yang berbeda tentang diri sendiri, hubungan dengan orang lain dan ritual. Pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk lama mereka dan mencari peluang untuk produk baru.

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri baik formal dan informal (Lamb, 2001 :210. faktor sosial adalah sekelompok orang yang mampu mempengaruhi perilaku individu dalam melakukan suatu tindakan berdasarkan kebiasaan.

Harga adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang. (Alma, 2004 : 169). Menurut Tandjung (2004 : 78), harga merupakan jumlah uang yang telah disepakati oleh calon pembeli dan penjual untuk diukur dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis normal.

Harga merupakan salah satu faktor penentu dalam pemilihan merek yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen. Ketika memilih diantara merek-merek yang ada konsumen akan mengevaluasi harga secara tidak langsung dengan perbandingan beberapa standar harga sebagai referensi untuk melakukan transaksi pembeli. Harga adalah salah satu unsur dalam bauran pemasaran yang mempunyai peranan penting bahkan sangat menentukan keberhasilan pemasaran.

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, indikator dari faktor pribadi meliputi usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Karena banyak dari karakteristik ini yang mempunyai dampak yang sangat langsung terhadap perilaku konsumen, penting bagi pemasar untuk mengikuti mereka secara seksama.

Titik awal untuk memahami perilaku konsumen adalah model respons rangsangan. rangsangan pemasaran dan lingkungan memasuki kesadaran konsumen dan sekelompok proses psikologis digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian. Indikator dari proses psikologi yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori yang mempengaruhi respon konsumen secara fundamental.

Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang berdiri pada tahun 2020. Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang membukukan hasil penjualan setiap tahun sebagai berikut :

**Tabel 1.1**

**Data penjualan Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang**

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jenis-jenis barang</b>	<b>Terjual</b>	<b>Pendapatan</b>
1	2020	Spring bed	88	Rp. 91.524.000
2		Bantal	15	Rp. 1.132.000
3		Set susun	13	Rp. 10.750.000
				<b>TOTAL : Rp.103.406.000</b>

<b>No</b>	<b>Tahun</b>	<b>Jenis-jenis barang</b>	<b>Terjual</b>	<b>Pendapatan</b>
1	2021	Spring Bed	419	Rp. 499.026.000
2		Bantal	267	Rp. 13.660.000
3		Kursi	75	Rp. 8.150.000
4		Sprei	51	Rp. 5.910.000
5		Lemari	3	Rp. 900.000
6		Sofa	2	Rp. 9.450.000
7		Meja	2	Rp. 300.000
8		Set susun	2	Rp. 7.050.000
				<b>TOTAL: Rp. 544.446.000</b>

No	Tahun	Jenis-jenis barang	Terjual	Pendapatan
1	2022	Spring bed	69	Rp. 56.390.000
2		Bantal	47	Rp. 2.376.000
3		Meja	2	Rp. 300.000
4		Sprei	13	Rp. 640.000
5		Kursi	13	Rp. 1.700.000
				<b>TOTAL : 61.406.000</b>

No	Tahun	Jenis-jenis barang	Terjual	Pendapatan
1	2023	Spring bed	54	Rp. 52.835.000
2		Bantal	13	Rp. 925.000.
3		Sprei	2	Rp. 280.000
4		Kursi	7	Rp. 657.000
5		Lemari	3	Rp. 1.900.000
6		Ember	2	Rp. 55.000
7		Sapu	1	Rp. 24.000
8		Pel karet badak	3	Rp. 75.000
				<b>TOTAL : Rp. 2.711.000</b>

Dari data penjualan pada tabel 1.1 di atas maka terlihat bahwa penjualan mengalami omset penjualan yang meningkat dan menurun setiap tahunnya, dimana pembukuan tahun 2020, total pendapatan sebesar Rp. 103.406.000, dari

tahun 2021 total pendapatan sebesar Rp. 544.446.000, sedangkan pendapatan pada tahun 2022 sebesar Rp. 61.406.000 dan pada tahun 2023 total pendapatan sebesar Rp. 21.711.000.

1. Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Nandini Aisyah Isnani (2020) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepatu Vans”. setelah menganalisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepatu vans, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Faktor budaya ( $X_1$ ) terhadap proses keputusan pembelian (Y) memiliki kontribusi pengaruh sebesar 1,0%. hal ini bisa terjadi karena faktor budaya bukan merupakan faktor yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang.
- b. Faktor sosial ( $X_2$ ) terhadap proses keputusan pembelian (Y) memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,4%. hal ini bisa terjadi karena faktor sosial di lingkungan sekitar konsumen dapat menjadi pengaruh dalam proses keputusan pembelian baik secara langsung atau tidak langsung.
- c. Faktor pribadi ( $X_3$ ) terhadap proses keputusan pembelian (Y) memiliki kontribusi pengaruh sebesar 9,5%. hal ini terjadi karena konsumen menjadikan kepribadiannya sebagai salah satu pertimbangan dalam proses keputusan pembelian.
- d. Faktor psikologis ( $X_4$ ) Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Y) Memiliki Kontribusi Pengaruh Sebesar 17,1%. Hal Ini Terjadi Karena

konsumen mempertimbangkan faktor psikologis sebagai acuan mereka dalam proses keputusan pembelian.

e. Dapat diartikan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian sepatu vans.

2. Peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Yuda Supriyatna (2020) dengan judul “Analisis pengaruh harga, desain produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian”.

1. Terdapat pengaruh negative signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk yahama mio di kota cilegon, hal ini bererti jika harga menu maka akan meningkat keputusan pembelian pada produk yamaha mio di kota cilegon.

2. Terdapat pengaruh positif signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian produk yamaha mio di kota cilegon, hali ini bererti jika desain produk yamaha mio di kota cilegon.

3. Terdapat pengaruh positif signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian produk yamaha mio di kota Cilegon, hal ini berarti jika citra merek meningkat maka akan meningkan keputusan pembelian pada produk Yamaha Mio di kota Cilegon.

4. Terdapat pengaruh signifikan anata harga, desain produk dan citra merek secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada produk yamaha mio di kota cilegon.



Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka penulis tertarik untuk membuat suatu penelitian skripsi dengan judul “ANALISISFAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PRAIYA FURNITURE OESAPA KOTA KUPANG”.

## **1.2 MASALAH PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka Dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO PRAIYA FURNITUR OESAPA KOTA KUPANG.

## **1.3 PERSOALAN PENELITIAN**

- a. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?
- b. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?
- c. Apakah faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furniture Oesapa Kota Kupang?

## **1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

### **1.4.1 Tujuan Penelitian.**

- a. Untuk menganalisis faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furnitur Oesapa Kota Kupang.
- b. Untuk menganalisis faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furnitur Oesapa Kota Kupang.
- c. Untuk menganalisis faktor harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Praiya Furnitur Oesapa Kota Kupang.

### **1.4.2 MANFAAT PENELITIAN**

#### **a. Manfaat akademik**

1. Menjadi bahan informasi dan perbandingan serta mengembangkan lebih lanjut bagi peneliti lain.
2. Penelitian diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang analisis faktor-faktor perilaku konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di UKAW pada umumnya, terkhusus Fakultas Ekonomi.

#### **b. Manfaat praktis**

Dapat menambah wawasan dan mengembangkan ilmu pengetahuan mengenai manajemen pemasaran dan untuk salah satu syarat mengikuti ujian skripsi komprehensi sarjana lengkap pada Fakultas Ekonomi Ukaw.