

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Belakangan ini, Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami perkembangan yang cukup pesat, sehingga membuat kota Yogyakarta menjadi padat penduduknya. Hal tersebut dapat dilihat salah satunya dari banyaknya pembangunan-pembangunan gedung-gedung bertingkat seperti mall-mall dan perumahan-perumahan elit. Disamping itu, banyak pula bermunculan kafe-kafe, rumah-rumah kopi dan rumah-rumah boutique baik untuk wanita maupun pria untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Boutique- boutique yang ada saat ini beragam jenisnya. Dari yang tempatnya kecil yang hanya menjual beberapa produk saja sampai yang besar yang menjual lebih banyak produk. Produk yang dijual pun beraneka ragam jenis dan bentuknya. Produk-produk yang terdapat pada boutique antara lain : baju seperti kemeja dan kaos T-shirt, celana panjang dan pendek baik untuk pria maupun wanita , rok panjang maupun pendek, jaket dan sweater baik untuk pria maupun wanita, sandal dan sepatu, tas, tali pinggang, aksesoris, dan lain sebagainya. Bahkan ada boutique yang khusus menjual produk-produknya khusus untuk pria saja.

Target konsumen boutique tersebut lebih kepada kalangan mahasiswa dan pelajar karena kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar dimana

banyak sekali pemuda-pemudi yang melanjutkan studi mereka di kota ini. Kaum muda menjadi sangat penting bagi pemasar karena memiliki daya beli yang besar. Selain itu pula mereka mempunyai kemampuan untuk mempengaruhi secara langsung perilaku pembelian orang tua, teman dan saudaranya. Kaum muda merupakan pasar yang akan terus berkembang di masa depan. Gender pun ikut berperan dalam perilaku berbelanja seseorang. Wanita biasanya lebih suka dan betah berlama-lama untuk berbelanja dibandingkan dengan pria. Pria lebih sering terburu-buru dan tidak sabar dalam memilih barang karena mereka tidak terlalu suka berbelanja dan biasanya mereka mengunjungi tempat-tempat perbelanjaan tersebut apabila mereka benar-benar membutuhkan barang tersebut. Tetapi sebaliknya para wanita senang melakukan survei terhadap barang-barang baru yang belum tentu mereka beli, dan mereka juga menggunakan waktu yang cukup lama dalam memilih-milih barang.

Pemahaman mengenai perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena perilaku konsumen merupakan bagian dari kegiatan manusia. Perusahaan mempelajari perilaku konsumen bertujuan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat memproduksi dan memasarkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Lamb, Hair & Mc Daniel (2001), perilaku konsumen (*consumer behaviour*) adalah proses seorang pelanggan dalam membuat keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan

membuang barang-barang dan jasa yang dibeli, juga termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk. Pemasar perlu mengetahui berbagai hal yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen sebenarnya melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen melewati lima tahap antara lain : mengenali kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan membeli, dan tingkah laku pasca pembelian (Philip Kotler & Gary Armstrong, 1997 : 162).

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sangat penting bagi para pengusaha untuk memahami mengenai perilaku konsumen mereka agar dapat mengembangkan strategi yang tepat bagi perusahaannya. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi keputusan berbelanja para mahasiswa dan pelajar di boutique yang ada di Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh antara faktor harga, kelengkapan barang, kualitas barang, dan barang-barang yang selalu mengikuti trend terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique?

2. Diantara faktor harga, kelengkapan barang, kualitas barang, dan barang-barang yang selalu mengikuti trend, faktor manakah yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique?

1.3 Batasan Masalah

Untuk membatasi permasalahan agar tidak terlalu luas maka penulis memberikan batasan sebagai berikut :

1. Keputusan (*decision*) adalah satu pilihan antara dua atau lebih alternatif tindakan atau perilaku serta mensyaratkan pilihan diantara beberapa perilaku yang berbeda (Peter & Olson, 2000 : 162).
2. Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) diartikan sebagai suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Peter & Olson, 2000 : 162).
3. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan oktober-november 2005 dan berlokasi di Yogyakarta.
4. Responden yang diambil sebanyak 100 responden dan pernah berbelanja di boutique yang ada di Yogyakarta
5. Setelah penulis melakukan observasi pendahuluan, maka didapatkan atribut-atribut dari boutique yang akan diteliti meliputi antara lain :

- a. Harga yang murah
 - b. Kelengkapan barang di boutique
 - c. Kualitas barang bagus
 - d. Boutique selalu menyediakan barang-barang yang selalu mengikuti trend.
6. Penelitian ini dilakukan di daerah Babarsari, Gejayan, Jalan Kaliurang dan Mrican.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara faktor harga, kelengkapan barang, kualitas barang, dan barang-barang yang selalu mengikuti trend terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique
2. Untuk mengetahui mengenai faktor manakah diantara faktor-faktor tersebut yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

1. **Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipakai sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam menentukan strategi perusahaan.

2. **Bagi penulis**

Melalui penelitian ini penulis dapat menerapkan pengetahuan secara teoritis yang diperoleh selama belajar di perguruan tinggi. Penelitian ini dapat menambah pengetahuan penulis di bidang pemasaran.

3. **Bagi pihak lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan dalam menganalisis hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan juga sebagai referensi untuk menambah pengetahuan.

1.6 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka ditetapkan hipotesis penelitian sebagai berikut :

- 1 : Ada pengaruh antara faktor harga terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique.
- 2 : Ada pengaruh antara faktor kelengkapan barang terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique.
- 3 : Ada pengaruh antara faktor kualitas barang yang baik terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique.

- 4 : Ada pengaruh antara faktor dari barang-barang yang selalu mengikuti trend terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique.
- 5 : Diantara faktor-faktor tersebut, yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique adalah faktor harga.

1.7 Metodologi penelitian

1.7.1 Metode penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu metode pengumpulan data primer melalui komunikasi tertulis dengan responden sebagai sampel individual yang representatif. Survei dilakukan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan secara cepat, tidak mahal, efisien dan akurat (Sekaran,2000). Disamping itu diperlukan wawancara langsung guna memperkaya data, kemudian sebagai pelengkap data diambil juga data sekunder yang diperlukan sebagai bahan analisis.

1.7.2 Metode pengambilan sampel

Metode pengambilan sampel dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* atau metode *Convenience Sampling* (Singgih Santoso & Fandy Tjiptono, 2001 : 90). Metode ini merupakan prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses,

misalnya mahasiswa yang kebetulan ada di kampus atau remaja yang kebetulan sedang berjalan-jalan di pusat perbelanjaan. Responden yang dipilih adalah mereka yang pernah berbelanja di boutique-boutique yang ada di Yogyakarta seperti misalnya boutique Cantik yang terletak di jalan Babarsari, boutique Kanaya yang berada di Jalan Kaliurang, boutique Tasmania yang terletak di jalan Gejayan ataupun boutique lainnya yang ada di Yogyakarta.

1.7.3 Metode pengumpulan data

1 . Studi kepustakaan

Yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari dan menelaah buku-buku literatur yang menunjang penulisan skripsi ini.

2 . Studi lapangan

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung ketempat obyek penelitian.

Dilakukan dengan cara :

1) Kuesioner

Yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

2) Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik pengumpulan data. Dapat dilakukan secara langsung berhadapan dengan yang di wawancarai, dapat juga secara tidak langsung seperti memberikan daftar pertanyaan untuk dijawab pada kesempatan lain.

3) Observasi

Teknik ini menuntut adanya pengamatan dari si peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap obyek penelitiannya.

1.7.4 Data yang diperlukan

(1) Data primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya (Singgih Santoso & Fandy Tjiptono, 2001 : 59).

(2) Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Singgih Santoso & Fandy Tjiptono, 2001 : 59).

1.7.5 Metode pengukuran data

Pengukuran data harus dilakukan karena data yang dikumpulkan dari jawaban kuesioner bersifat kualitatif, maka data

yang bersifat kualitatif tadi diklasifikasikan dalam bentuk kuantitatif, yaitu dengan cara memberikan bobot nilai pada jawaban kuesioner dengan menggunakan Skala Likert sebagai berikut :

SS	=	sangat setuju, bernilai 5
S	=	setuju, bernilai 4
N	=	netral, bernilai 3
TS	=	tidak setuju, bernilai 2
STS	=	sangat tidak setuju, bernilai 1

1.7.6 Metode Pengujian Instrumen

Metode pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

a. Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. (Husein Umar, 2000).

Untuk mengukur validitasnya kuesioner yang diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi product moment yaitu (Hadi, 1991 : 23)

$$r_{xy} = \frac{N \sum x.y - \sum x . \sum y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} . \{N \sum Y^2 - \sum Y\}^2}}$$

dimana :

r_{xy} : korelasi product moment

y : skor dari setiap item

x : skor total dari semua item

n : jumlah sampel atau responden

taraf nyata 5 %

besarnya r dapat dihitung dengan menggunakan korelasi, dimana taraf signifikan (α) = 5 %. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel, maka ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut, sehingga kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan valid dan demikian juga sebaliknya. Apabila r tabel lebih besar dari r hitung, maka kuesioner sebagai alat pengukur dikatakan tidak valid.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. (Husein Umar, 2000).

Tujuannya adalah untuk menguji apakah kuesioner yang dibagikan kepada responden benar-benar dapat diandalkan sebagai alat pengukur. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas item digunakan rumus alpha cronbach dimana rumus ini dipergunakan untuk

menguji reliabilitas berdasarkan atas uraian atau angket atau kuesioner.

Rumus koefisien alpha cronbach's secara umum (Hadi, 1991 :56) :

$$R_{tt} = \left[\frac{m}{m-1} \right] \left[\frac{1 - v_x}{v_y} \right]$$

keterangan :

r_{tt} : koefisien alpha cronbach

m : jumlah butir

V_x : variansi butir

V_y : variansi total

1.7.7 Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Sederhana

Regresi linier dalam penelitian ini digunakan untuk melakukan pengujian pengaruh antara variabel dependen (Y) dengan satu variabel independen (X) yang ditampilkan dalam bentuk persamaan regresi.

$$Y = a + \beta_1 \sum X_1$$

$$Y = a + \beta_2 \sum X_2$$

$$Y = a + \beta_3 \sum X_3$$

$$Y = a + \beta_4 \sum X_4$$

Keterangan :

Y : variabel dependen, yaitu keputusan mahasiswa dan pelajar dalam berbelanja

X₁ : variabel independen, yaitu harga

X₂ : Variabel independen, yaitu kelengkapan barang

X₃ : Variabel independen, yaitu kualitas barang

X₄ : Variabel independen, yaitu barang-barang yang selalu mengikuti trend

a : bilangan konstanta

β₁ : koefisien regresi harga

β₂ : koefisien regresi kelengkapan barang

β₃ : koefisien regresi kualitas barang

β₄ : koefisien regresi barang yang selalu mengikuti trend

b. Analisis regresi berganda

adalah suatu proses melakukan estimasi untuk memperoleh suatu hubungan fungsional antara variabel acak Y dengan variabel X. Persamaan regresi digunakan untuk memprediksi nilai Y untuk nilai X tertentu (Atmaja, 1997). Analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2 (Sugiyono, 2005). Rumus yang digunakan yaitu :

$$Y = a + \beta_1 \sum X_1 + \beta_2 \sum X_2 + \beta_3 \sum X_3 + \beta_4 \sum X_4$$

Keterangan :

Y : variabel dependen, yaitu keputusan mahasiswa dan pelajar dalam berbelanja

X₁ : variabel independen, yaitu harga

X₂ : Variabel independen, yaitu kelengkapan barang

X₃ : Variabel independen, yaitu kualitas barang

X₄ : Variabel independen, yaitu barang-barang yang selalu mengikuti trend

a : bilangan konstanta

β_1 : koefisien regresi harga

β_2 : koefisien regresi kelengkapan barang

β_3 : koefisien regresi kualitas barang

β_4 : koefisien regresi barang yang selalu mengikuti trend

c. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independen.

Hipotesis :

H₀ = koefisien regresi tidak signifikan

H₁ = koefisien regresi signifikan

Dasar pengambilan keputusan :

a. Dengan membandingkan statistik hitung dengan statistik tabel

Jika statistik t hitung $<$ statistik t tabel, maka H_0 diterima

Jika statistik t hitung $>$ statistik t tabel, maka H_0 ditolak.

b. Berdasarkan probabilitas

Jika probabilitas $>$ 0,05 maka H_0 diterima.

Jika probabilitas $<$ 0,05 maka H_0 ditolak .

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan ini dilakukan dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

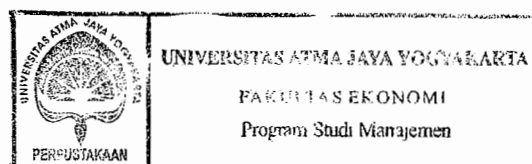
Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis, dan sistematika penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang uraian teori yang digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian ini.

BABIII: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang bentuk dan jenis penelitian, populasi dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.



BABIV: ANALISIS DATA

Bab ini memuat uraian jawaban dari masalah yang diajukan dengan bantuan teknik yang telah diterapkan secara statistik dari data yang telah dikumpulkan dalam penelitian.

BABV : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Bab ini merupakan penutup yaitu berisi kesimpulan mengenai hasil penelitian dan saran-saran pertimbangan untuk mencapai kemajuan yang diharapkan.