

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perilaku konsumen dan budaya memiliki keterkaitan yang erat. Budaya yang dimiliki oleh seseorang dapat mempengaruhi perilaku dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku konsumen merupakan salah satu bagian dari budaya. Oleh karena itu, perilaku konsumen dapat dijadikan oleh para produsen atau pelaku bisnis sebagai acuan dalam menentukan strategi yang akan digunakan untuk memasuki suatu pasar. Menurut Lamb, Hair, dan McDaniel (2001) perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa. Setiap orang pasti memiliki perilaku yang berbeda-beda dan pola pikir yang berbeda dalam memahami suatu hal. Termasuk dalam hal menanggapi rangsangan yang diberikan produsen kepada konsumen, misalnya dalam hal promosi atau penjualan suatu produk. Dengan adanya pola pikir yang berbeda-beda dari para konsumen, maka produsen perlu mengelompokkan perilaku-perilaku konsumen yang sejenis agar strategi yang akan diterapkan oleh produsen terhadap konsumen dapat sesuai dan berjalan dengan baik. Pengelompokan perilaku-perilaku konsumen ini sering disebut dengan segmentasi.

Gaya hidup merupakan dasar dari perilaku manusia. Menurut Hawkins dalam Nugroho (2002), Gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang dan berhubungan dengan keputusan.

Orang yang sudah mengambil suatu keputusan langkah selanjutnya adalah tindakan. Selama manusia masih hidup, tentu manusia memiliki gaya hidup yang berbeda-beda. Gaya hidup yang dimiliki oleh manusia banyak dipengaruhi oleh lingkungan dimana tempat manusia tersebut tinggal dan beraktivitas. Sejak lahir, gaya hidup dan nilai-nilai seseorang mulai dibentuk oleh keluarga yang membesarkannya, hingga pada saat seseorang mulai terjun ke dalam masyarakat, barulah gaya hidup dan nilai-nilai yang tertanam dalam diri seseorang mulai dipengaruhi oleh lingkungan di sekitar tempat orang tersebut bergaul. Nilai akan terbentuk ketika manusia mulai berinteraksi dengan orang lain. Melalui interaksi tersebut, seseorang mulai menangkap hal-hal apa saja yang dirasakan dan dialami. Nilai-nilai yang dianut dan diterima oleh seseorang di dalam masyarakat, menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi sikap dan gaya hidup yang ia miliki. Oleh karena itu, tidak heran apabila para orang tua selalu berpesan kepada anaknya agar memiliki pergaulan yang baik di masyarakat.

Gaya hidup seseorang berbeda-beda antara yang satu dengan yang lain. Namun, secara sadar maupun tidak sadar, biasanya orang-orang yang memiliki gaya hidup yang mirip atau sejenis, membentuk kelompok-kelompok tertentu. Misalnya, kelompok pecinta alam, atau kelompok pecinta binatang. Kelompok-kelompok di atas memiliki hobi atau ketertarikan dalam hal yang sama, yaitu sama-sama menyukai alam maupun binatang. Banyak faktor yang mempengaruhi gaya hidup yang dimiliki seseorang. Faktor-faktor tersebut adalah faktor lingkungan (keluarga, teman), tingkat penghasilan, budaya, tingkat pendidikan,

dan hobi yang sama. Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang juga dapat menunjukkan tingkat *prestise* yang mereka miliki di mata masyarakat.

Gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang berkaitan dengan perilaku konsumen terutama dalam keputusan membeli suatu produk. Keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur, pekerjaan, situasi ekonomi (penghasilan), gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri pembeli. Selain itu, menurut Lamb, Hair dan McDaniel (2001), Faktor budaya, sosial, individu, dan faktor psikologi juga mempengaruhi pengambilan keputusan membeli konsumen.

Tidak dapat dipungkiri, ketika seseorang mulai bertumbuh dewasa, seseorang membutuhkan pekerjaan agar mendapatkan penghasilan guna mencukupi kebutuhan hidup. Dengan bekerja, seseorang akan mendapatkan *feedback* atas usaha kerja keras mereka. *Feedback* yang dimaksud adalah berupa gaji atau insentif. Besarnya gaji yang diterima oleh seseorang dapat digunakan untuk membeli barang-barang atau perlengkapan yang mereka butuhkan. Mulai dari barang kebutuhan sehari-hari, keperluan-keperluan mendesak seperti obat-obatan, mode pakaian, dan kebutuhan-kebutuhan tersier seperti sepeda motor, mobil, dan lain-lain. Selain itu, ketika seseorang yang telah memasuki dunia kerja, biasanya mereka berpenampilan lebih rapi dan terlihat lebih *elegant*.

Besarnya tingkat pendapatan yang dimiliki seseorang dapat berpengaruh terhadap gaya hidup yang di miliki. Semakin tinggi tingkat pendapatan yang dimiliki oleh seseorang, maka semakin banyak opsi yang dimiliki oleh orang tersebut berkaitan dengan gaya hidup.

Faktor lain yang memiliki pengaruh besar terhadap gaya hidup seseorang adalah *gender*. Laki-laki dan perempuan memiliki gaya hidup yang berbeda. Laki-laki cenderung lebih tegas dalam menghadapi sesuatu dan dalam menyelesaikan permasalahan. Dilihat dari sisi penampilan, Laki-laki juga cenderung maskulin dalam berpenampilan, sementara itu wanita cenderung lebih feminim. Perbedaan gaya hidup yang dimiliki oleh laki-laki dan perempuan ini tidak terlepas dari lingkungan yang ikut menjadi faktor pendukung dalam pembentukan karakter dari seseorang. Bukan suatu keharusan, apabila seorang wanita harus menjadi feminim dalam penampilan mereka. Seorang wanita akan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk berpenampilan sebagai laki-laki apabila sejak kecil, dirinya terbiasa bergaul dengan teman laki-laki. Namun, hal ini juga tergantung dari kepribadian dari seseorang. Apabila seorang wanita memiliki karakteristik kepribadian yang kuat, maka walaupun wanita tersebut sejak kecil sering bergaul dengan laki-laki, maka dalam hal penampilan, wanita tersebut bisa saja tetap berpenampilan feminim seperti wanita pada umumnya. Pria dan wanita juga memiliki pola belanja yang berbeda. Menurut Hair, Lamb, dan McDaniel (2001), pria dan wanita mengungkapkan motivasi yang sama dalam hal berbelanja yaitu mencari harga yang terjangkau, kualitas barang yang akan dibeli dan bersahabat, tekanan lingkungan yang rendah, namun kebanyakan wanita berbelanja, sedangkan pria menginginkan pengalaman berbelanja yang sederhana, dan nyaman.

Penelitian ini terbagi atas lima faktor yang dapat membagi konsumen berdasarkan gaya hidup yang dimiliki. Menurut Khan *et al.* (2011), Faktor-faktor

tersebut terdiri atas *Spender*, *Thinkers*, *Believers*, *Realistic Approach*, dan *Punctual*. Faktor *Spender* menunjukkan bahwa sebagian konsumen memiliki pilihan yang bervariasi dan sisanya tidak, sehingga menyebabkan adanya perbedaan pada gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen. Faktor yang kedua adalah Faktor *Thinkers*. Pada faktor *Thinkers* menunjukkan bahwa konsumen pada kelas menengah (*middle class*) memiliki pemikiran mereka sendiri, sehingga menyebabkan adanya perbedaan pada gaya hidup yang dimiliki. Faktor ketiga adalah *Believers*. Pada Faktor ini, konsumen memiliki keyakinan bahwa mereka dapat mengatasi permasalahan yang dimiliki berdasarkan cara yang mereka anggap benar. Faktor keempat adalah *Realistic Approach*. Pada faktor ini, konsumen berpikir dan percaya pada sesuatu yang realistis. Faktor kelima adalah *Punctual*. Konsumen pada bagian ini berfokus pada kegiatan yang dilakukan sehari-hari dan berfokus pada faktor waktu.

Yogyakarta merupakan salah satu kota yang bisa dibilang dipenuhi oleh berbagai macam budaya, karena Yogyakarta terdiri dari berbagai macam lapisan masyarakat yang berasal dari berbagai macam daerah di Indonesia. Yogyakarta juga dikenal sebagai kota pelajar, dan budaya. Semakin banyak budaya yang masuk, akan berdampak terhadap nilai-nilai yang ada di dalam masyarakat di kota Yogyakarta. Selain itu, dampak juga akan terjadi pada gaya hidup, yaitu munculnya berbagai macam jenis gaya hidup yang dimiliki dari masing-masing individu.

1.2 Rumusan Masalah

Gaya hidup merupakan elemen penting yang dimiliki oleh seseorang di dalam masyarakat. Menurut Hawkins dalam Nugroho (2002), Gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu yang dilaksanakan oleh seseorang dan berhubungan dengan keputusan. Keputusan konsumen dalam memilih produk dan membeli produk berkaitan dengan perilaku yang dimiliki oleh konsumen tersebut.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah faktor sosial dan faktor psikologis. Faktor sosial meliputi budaya, kelas sosial, *reference groups* (kelompok referensi), dan *the family life cycle*. Sedangkan, yang tergolong dalam faktor psikologis meliputi *personality*, kelas, persepsi, dan motivasi. Faktor sosial merupakan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi pembentukan gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang. Sedangkan faktor psikologis merupakan faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Faktor pertama yang ikut memiliki andil dalam pembentukan gaya hidup adalah jenis pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang. Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh seseorang mengharuskan orang tersebut mengubah gaya hidup yang dimiliki. Misalnya, seorang *businessman* harus berpenampilan rapi ketika bekerja, seorang *businessman* juga dituntut memiliki sikap yang tegas dan jujur dalam bekerja, sehingga dapat tercipta pekerjaan yang efektif dan efisien.

Faktor Gender memiliki pengaruh terhadap gaya hidup seseorang. Perbedaan antara laki-laki dan perempuan tidak hanya dapat dilihat dari segi penampilan

saja, melainkan juga dari sisi pemikiran. Dari segi penampilan, laki-laki cenderung maskulin, sedangkan perempuan berpenampilan feminim. Dari sisi pemikiran, laki-laki memiliki pemikiran yang tegas. Faktor lingkungan juga ikut memiliki pengaruh terhadap pembentukan gaya hidup yang dimiliki seseorang. Semakin tinggi intensitas seseorang berkumpul atau tinggal dalam suatu lingkungan tertentu, besar kemungkinan gaya hidup yang dimiliki juga akan ikut terpengaruh. Selain gaya hidup, pengambilan keputusan dan sikap-sikap yang dimiliki juga memiliki kemungkinan ikut terpengaruh.

Dari beberapa penjelasan di atas, terdapat beberapa pertanyaan penelitian yaitu :

- 1) Bagaimana identifikasi dimensi gaya hidup mahasiswa di kota Yogyakarta?
- 2) Apakah ada perbedaan gaya hidup mahasiswa (*Nurturers, thinkers, believers, realistic approach, punctual*) berdasarkan tingkat pendapatan?
- 3) Apakah ada perbedaan gaya hidup mahasiswa (*Nurturers, thinkers, believers, realistic approach, punctual*) berdasarkan perbedaan gender?

1. 3 Tujuan Penelitian

Terdapat beberapa tujuan penelitian dalam proposal ini, yaitu :

- 1) Untuk mengidentifikasi dimensi gaya hidup mahasiswa (*Nurturers, thinkers, believers, realistic approach, punctual*) di kota Yogyakarta.

- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan gaya hidup mahasiswa (*Nurturers, thinkers, believers, realistic approach, punctual*) di kota Yogyakarta berdasarkan variabel tingkat pendapatan/ uang saku.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan gaya hidup mahasiswa (*Nurturers, thinkers, believers, realistic approach, punctual*) di kota Yogyakarta berdasarkan variabel gender.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat :

1) Manfaat Akademis

Studi ini dapat digunakan untuk membagi segmen pasar konsumen kawula muda dengan variabel tingkat pendapatan dan *gender*, sehingga dapat dipergunakan pengusaha untuk lebih memahami pasar targetnya.

2) Manfaat Praktis

Sebagai alat yang menggambarkan orientasi mahasiswa terhadap gaya hidup. Penelitian ini memberikan gambaran tentang perbedaan gaya hidup berdasarkan pada tingkat pendapatan dan *gender*.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab I akan terdiri dari beberapa bagian yaitu, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan terakhir sistematik penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Bab II ini akan berisikan teori-teori yang digunakan penulis sebagai dasar dari penelitian, model penelitian, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III akan berisi lingkup penelitian, metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, definisi operasional, metode pengujian instrumen, dan metode analisis data dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA

Bab IV berisikan analisa mengenai data yang telah terkumpul dan perbandingan dengan data dari penelitian terdahulu. Analisis dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian dan menggunakan alat analisis yang telah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Bab V merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian, implikasi menejerial, dan saran bagi pihak yang berkepentingan, dalam kasus ini adalah perusahaan.