

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keputusan pembelian menurut Buchari (2008) adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon produk apa yang akan dibeli. Menurut Desi Permata Sari (2021) pengambilan keputusan pembelian pada setiap orang pada dasarnya sama, namun proses pengambilan keputusan pada setiap orang akan diwarnai oleh ciri keperibadian, usia, pendapatan dan gaya hidupnya. Konsumen mempunyai pilihan antara melakukan pembelian dan tidak melakukan pembelian atau pilihan menggunakan waktu, maka konsumen tersebut berada dalam posisi untuk mengambil keputusan. Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis konsumen.

Budaya adalah suatu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi. Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku konsumen. Menurut Sagita (2023) Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga

penting lainnya. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Contohnya, kebanyakan para remaja salah satunya Remaja di Desa Munduk Bestala terpengaruh oleh budaya luar untuk menggunakan pakain yang sedikit lebih terbuka, sehingga hal ini akan membuat mereka membeli pakain yang sedikit lebih terbuka, karena shopee menjual berbagai jenis produk yang dicari oleh para remaja maka hal ini akan mempengaruhi para remaja tersebut untuk melakukan keputusan pembelian pada aplikasi shopee. Selain itu juga, di Bali terdapat banyak sekali kebudayaan seperti hari raya yang selalu hadir setiap bulannya, seperti purnama dan tilem yang mengharuskan para pelajar untuk menggunakan pakaian sembahyang, selain rahinan purnama tilem para pelajar juga diharuskan menggunakan pakain adat di hari kamis, hal ini juga akan mempengaruhi minat para pelajar untuk membeli pakaian sembahyang/ pakaian adat, namun karena di wilayah Desa Munduk Bestala tidak terdapat toko pakaian dan jarak yang diperlukan ke kota untuk mencari toko pakaian lumayan jauh, sehingga membuat para Remaja di Desa Munduk Bestala membeli segala kebutuhannya di aplikasi shopee.

Selain faktor budaya, ada faktor sosial yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam berbelanja menggunakan shopee. Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Menurut Amalia Hudani (2020) Faktor sosial dapat dilihat dari hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang

tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada aplikasi Shopee. Para konsumen membeli berbagai produk tertentu berdasarkan kesadaran keanggotaan dalam kelas sosial yang menyangkut gaya hidup (kepercayaan, sikap, kegiatan, dan perilaku bersama) yang cenderung membedakan anggota setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya. Semakin tinggi hubungan dengan teman, keluarga dan orang tua, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pada aplikasi Shopee. Para konsumen membeli berbagai produk tertentu berdasarkan kesadaran keanggotaan dalam kelas sosial yang menyangkut gaya hidup (kepercayaan, sikap, kegiatan, dan perilaku bersama) yang cenderung membedakan anggota setiap kelas dari anggota kelas sosial lainnya. Pengaruh keluarga atau teman dalam berbelanja menggunakan shopee, akan membuat para Remaja di Desa Munduk Bestala ikut menggunakan shopee untuk membeli produk yang mereka butuhkan.

Menurut Amalia (2020) Perilaku seseorang dalam membeli sesuatu juga dipengaruhi oleh faktor-faktor kepribadian dari konsumen yang bersangkutan. Faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan. Termasuk watak, dasar seseorang, terutama karakteristik dominan mereka. Meskipun kepribadian adalah salah satu konsep yang berguna dalam mempelajari perilaku konsumen, beberapa pemasar percaya bahwa kepribadian mempengaruhi jenis-jenis dan merek-merek produk yang dibeli. Faktor pribadi merupakan suatu keadaan dimana seseorang mempunyai sifat untuk bisa menentukan keputusannya sesuai dengan keinginannya tanpa ada paksaan dari pihak lain.

Selain Faktor Budaya, Sosial, dan Pribadi terdapat Faktor psikologis yang menjadi bagian dari pengaruh lingkungan dimana ia tinggal dan hidup pada waktu

sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Faktor psikologis adalah dorongan dari diri seseorang yang mempengaruhi pemilihan sesuatu berdasarkan atas keluwesan terhadap produk yang digunakan, keinginan yang lebih besar dan kemudahan penggunaan produk tersebut dibandingkan dengan yang lain (Nofri & Hafifah, 2018).

Pada zaman modern seperti saat ini, manusia tidak dapat menjalankan kehidupan sehari-hari tanpa memanfaatkan perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi juga membuat manusia menjadi lebih produktif dalam menghasilkan berbagai produk untuk kebutuhan hidupnya. Perkembangan teknologi ini dapat dirasakan dalam berbagai bidang seperti bidang pendidikan maupun perekonomian.

Menurut E. Suwarni, dkk, (2019) Perkembangan teknologi juga dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan perekonomian, perkembangan teknologi melalui media sosial dapat menciptakan peluang bisnis untuk menciptakan prospek bisnis dalam sistem bisnis baru saat ini. Dengan adanya media sosial ini akan mempermudah dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi melalui situs jejaring sosial. Salah satu jejaring sosial yang mempermudah masyarakat dalam melaksanakan kegiatan perekonomian seperti jual beli barang adalah e-commerce yang sudah semakin pesat perkembangannya di Indonesia, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di mancanegara.

Menurut Prasetyo (2016) e-commerce merupakan konsep yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang pada internet atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa, dan informasi melalui jejaring informasi termasuk internet. Traver&Laudon (2014) menjelaskan bahwa teknologi e-commerce merupakan

teknologi yang selalu tersedia di segala tempat dan disepanjang waktu. Hal inilah yang membedakan dengan perdagangan tradisional yang mengacu kepada adanya tempat yang berwujud fisik untuk dikunjungi untuk dapat melakukan transaksi perdagangan.

E-commerce merupakan model bisnis yang memungkinkan perusahaan atau individu bisa membeli atau menjual barang melalui jejaring internet (online). Hampir semua produk tersedia di e-commerce mulai dari makanan, musik, buku, produk rumah tangga, tiket pesawat dan jasa juga bisa dibeli lewat e-commerce. Sederhananya e-commerce adalah penyebaran, penjualan, pembelian serta pemasaran barang atau jasa yang mengandalkan sistem elektronik seperti internet, TV atau jaringan teknologi lainnya. Beberapa tahun terakhir kegiatan belanja online melalui e-commerce telah menjadi trend tersendiri di tengah masyarakat Indonesia. karena minat konsumen dalam berbelanja online terus meningkat, hal ini mengakibatkan setiap e-commerce saling beradu menawarkan promo dan layanan terbaik untuk merebut hati konsumen supaya melakukan transaksi di tempatnya.

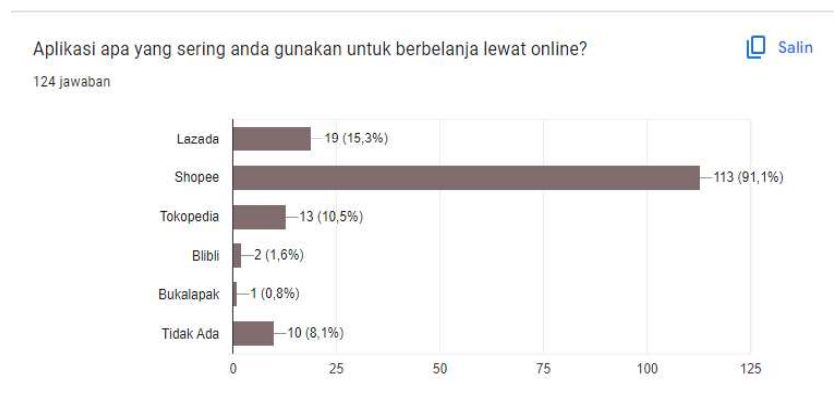
Salah satu aplikasi e-commerce di Indonesia yang populer di gunakan oleh masyarakat adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, JD.ID, dan Blibli. Saat ini penggunaan media elektronik menjadi salah satu alternatif dalam melakukan kegiatan perekonomian, salah satu pemanfaatan media elektronik dalam kegiatan perekonomian adalah berbelanja melalui e-commerce seperti Shopee yang sedang berkembang saat ini.

Pada tahun 2015 Shopee mulai di luncurkan di sebagian negara Asia yakni Taiwan, Malaysia, Thailand, Filipina dan Indonesia. Di Indonesia sendiri, Shopee mulai dikenalkan pada akhir Mei 2015 serta mulai beroperasi pada tanggal 1

Desember 2015 (Roqi Alawi, 2021). Aplikasi Shopee sangat bermanfaat bagi industri di Indonesia, karena aplikasi ini memiliki fitur yang sangat canggih dan mampu memberikan informasi yang memadai tanpa harus memerlukan biaya yang tinggi. Perkembangan jaman yang semakin tak terbatas menjadi masalah yang dihadapi oleh perusahaan. Era yang serba modern ini menyebabkan segala aspek harus mampu mengikuti alurnya. Seperti halnya bisnis, tingkat persaingan akan semakin tinggi sehingga setiap perusahaan harus berlomba-lomba untuk membuat terobosan yang akan menguntungkan eksistensinya. Pada dasarnya tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan minat beli konsumen dan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Perusahaan harus memahami perilaku konsumen terhadap produk yang akan dijual untuk dapat menempatkan produknya sebagai pemuas kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga para konsumen akan melakukan keputusan pembelian produk.

Salah satu yang terpengaruh dengan kehadiran kemajuan digital dan tren berbelanja menggunakan Shopee ini adalah Remaja di Desa Munduk Bestala. Desa Munduk Bestala merupakan desa yang terletak di Kec. Seririt, Kab. Buleleng, Prov. Bali. Menurut WHO (2022) (World Health Organisation), yang disebut remaja adalah mereka yang berada pada tahap transisi antara masa kanak-kanak dan dewasa. Batasan usia remaja menurut WHO adalah 12 sampai 24 tahun. Selain itu, Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN) mengatakan, rentang usia remaja ialah 10 hingga 24 tahun dan belum menikah, maka dapat diartikan remaja ialah masa pergantian dari anak-anak menuju dewasa. Pada penelitian ini saya meneliti remaja di Desa Munduk Bestala yang berusia 12 – 24 Tahun.

Berdasarkan data observasi awal, dari sekian banyaknya e-commerce yang ada, sebanyak 91% Remaja di Desa Munduk Bestala menggunakan aplikasi Shopee untuk melaksanakan pembelian produk secara online. Data tersebut nampak pada gambar 1

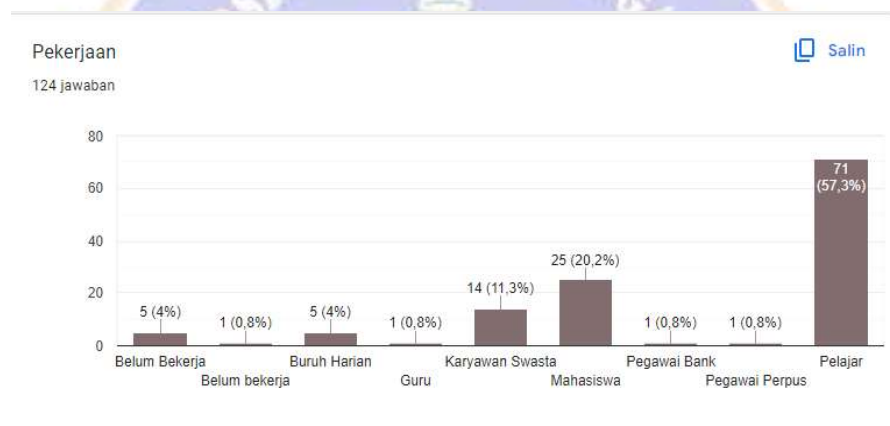


Gambar 1. 1
Data Pengguna Shopee

Berdasarkan observasi awal yang saya lakukan Tingginya pengguna shopee pada Remaja Di Desa Munduk Bestala di karenakan oleh kebutuhan para remaja yang semakin banyak baik dari segi pakaian, produk kecantikan dan lain sebagainya. Namun karena di Desa ini tidak terdapat Toko-toko yang menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan oleh para remaja, membuat mereka memanfaatkan teknologi yang ada untuk memenuhi segala kebutuhannya. Selain itu mayoritas pekerjaan masyarakat Desa Munduk Bestala adalah sebagai petani dan buruh harian, karena kesibukan para orang tua tersebut dan kesibukan mereka melaksanakan aktivitas di sekolah/kampus membuat para Remaja di Desa Munduk Bestala memanfaatkan Teknologi yang ada untuk memenuhi kebutuhannya seperti berbelanja menggunakan Aplikasi Shopee. Karena permasalahan tersebut menyebabkan perubahan kegiatan perekonomian di wilayah pedesaan karena

kemajuan teknologi, yang awalnya para remaja di Desa Munduk Bestala melakukan keputusan pembelian di pasar tradisional atau di warung-warung sekitar, namun karena pasar atau warung tersebut tidak mampu memenuhi segala kebutuhan para remaja, hal ini membuat mereka memanfaatkan teknologi untuk memenuhi segala kebutuhannya seperti berbelanja menggunakan aplikasi Shopee.

Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan hanya beberapa remaja di desa Munduk Bestala yang sudah memiliki penghasilan sendiri, namun tidak menutup kemungkinan untuk remaja yang belum bekerja juga memenuhi kebutuhannya menggunakan Shopee untuk berbelanja, data tersebut nampak pada gambar 2.



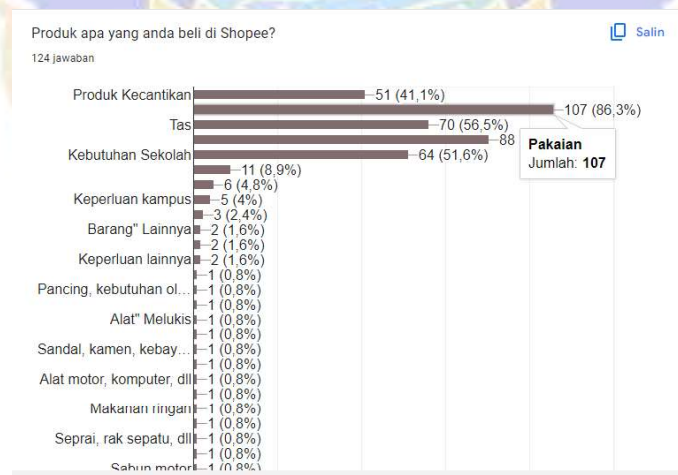
Gambar 1. 2
Data Pekerjaan Remaja Desa Munduk Bestala

Berdasarkan data pada gambar di atas dapat kita lihat bahwa sebagian besar Remaja di Desa Munduk Bestala belum mempunyai pekerjaan dan kebanyakan sebagai pelajar/mahasiswa. Karena pengaruh penggunaan media sosial yang membuat para remaja di Desa Munduk Bestala ini membeli segala sesuatu yang sedang trend di media sosial.



Gambar 1. 3
Kuisisioner Pengguna Shopee Remaja Desa Munduk Bestala

Berdasarkan data di atas, setiap bulannya para Remaja di Desa Munduk Bestala selalu melakukan pembelian produk tetapi dengan jumlah yang berbeda-beda, ada yang melakukan pembelian kurang dari 5x, lebih dari 5x, bahkan ada beberapa Remaja yang melakukan pembelian produk lebih dari 10x. Berikut merupakan data produk-produk yang biasa di beli oleh Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee. Data tersebut nampak pada gambar 4.



Gambar 1. 4
Data Produk Yang Biasa Dibeli Oleh Remaja di Desa Munduk Bestala
Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan menguji seberapa besar remaja Desa

Munduk Bestala melakukan pembelian online di Shopee dan apakah mereka mengambil keputusan berbelanja di Shopee karena dipengaruhi oleh faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis. Dari fenomena ini maka peneliti tertarik untuk menjadikan Shopee sebagai objek dalam mencari pengaruh faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen dengan mengangkat judul **“Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Remaja Desa Munduk Bestala Pada Aplikasi Shopee”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah yang perlu diteliti antara lain :

1. Tingginya tingkat keputusan pembelian Remaja Desa Munduk Bestala pada Aplikasi Shopee. Dari 124 sampel remaja yang peneliti gunakan, sebanyak 113 remaja di Desa Munduk Bestala melakukan keputusan pembelian menggunakan aplikasi shopee.
2. Remaja di desa Munduk Bestala selalu melakukan pembelian produk setiap bulannya di shopee, hal ini disebabkan oleh beberapa hal seperti kebutuhan para remaja yang semakin banyak baik dari segi pakaian, produk kecantikan dan lain sebagainya. Namun karena di Desa Munduk Bestala tidak terdapat Toko-toko yang menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan oleh para remaja, membuat mereka memanfaatkan teknologi yang ada untuk memenuhi segala kebutuhannya.
3. Tingginya tingkat keputusan pembelian Remaja Desa Munduk Bestala pada aplikasi shopee mencerminkan bahwa aplikasi shopee mampu

menyesuaikan dengan segala kebutuhan dan kondisi para Remaja dalam berbelanja.

4. Adanya perubahan kegiatan perekonomian di wilayah pedesaan karena kemajuan teknologi, yang awalnya para remaja di Desa Munduk Bestala melakukan keputusan pembelian di pasar tradisional atau di warung-warung sekitar, namun karena pasar atau warung tersebut tidak mampu memenuhi segala kebutuhan para remaja, hal ini membuat mereka memanfaatkan teknologi untuk memenuhi segala kebutuhannya seperti berbelanja menggunakan aplikasi Shopee.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penelitian ini difokuskan pada faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis sebagai variabel bebas, kemudian keputusan pembelian sebagai variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee?
2. Apakah ada pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee?
3. Apakah ada pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee?

4. Apakah ada pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee?
5. Apakah ada pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Budaya terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee.
2. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee.
3. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee.
4. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee
5. Untuk mengetahui pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Remaja di Desa Munduk Bestala pada aplikasi Shopee.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini besar harapan saya sebagai penulis dapat memberikan manfaat yang baik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman tentang ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran yang terkait dengan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan terkait pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu khususnya kepada peneliti yang akan datang tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa/I yang sedang meneliti tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen.