

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Armstrong, 2014:165). Pengambilan keputusan ini kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan pemikiran yang dimana individu mengavaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Sudaryono (2014, hlm. 208) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pemilihan tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Maksudnya, orang yang mengambil keputusan harus mempunyai satu pilihan dari beberapa alternatif yang ada. Bila seseorang dihadapkan pada dua pilihan, yaitu membeli dan tidak membeli, dan kemudian dia memilih membeli, maka dia ada dalam posisi membuat suatu keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2014) keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor yaitu: budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Budaya memiliki symbol yang kompleks diciptakan oleh manusia yang diturunkan dari generasi ke generasi untuk mengatur tingkah laku manusia dalam masyarakat. Faktor sosial berupa kumpulan orang-orang yang berpengaruh misalnya *family*, tetangga, teman kerja, dan lain sebagainya. Faktor pribadi termasuk ke dalam karakteristik yang mencakup usia dan tahap dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta

kepribadian dan konsep diri. Karena diantaranya memiliki dampak langsung pada keputusan konsumen. Faktor psikologis yaitu pengaruh lingkungan tempat tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang mendatang.

Terdapat banyak faktor yang memengaruhi keputusan pembelian namun yang diteliti yaitu faktor psikologi dan pribadinya. Psikologis adalah kebutuhan akan sesuatu, pengakuan atau rasa memiliki (Kotler dan Armstrong, 2008: 172) faktor psikologis ini memiliki beberapa indikator didalamnya yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap. Motivasi yaitu dorongan untuk konsumen dalam memilih suatu produk dan rasa nyaman pada suatu tempat berbelanja. Kebanyakan kebutuhan tidak cukup kuat untuk memotivasi orang untuk bertindak pada suatu waktu. Keputusan pembelian konsumen ditimbulkan dengan adanya motif atau motivasi. Motif yang ada pada seseorang akan mewujudkan suatu tingkah laku yang diarahkan pada tujuan mencapai sasaran kepuasan. Salah satu ukuran keberhasilan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yaitu persepsi konsumen pada tempat berbelanja seperti rasa aman, dan nyaman. Persepsi konsumen terhadap lingkungan pasar akan menjadi pertimbangan konsumen untuk datang kembali, seperti yang dijelaskan oleh Lamb dalam Arizal (2015) faktor psikologis digunakan untuk mengenali perasaan konsumen, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dalam mengambil tindakan. Pembelajaran yaitu perubahan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian yang terjadi sebagai hasil

akibat adanya pengalaman. Kemudian keyakinan dan sikap yaitu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang suatu hal.

Selain psikologi, faktor pribadi merupakan variabel lain yang juga dapat memengaruhi keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) faktor pribadi seperti umur dan tahap siklus hidup, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Umur dan tahap siklus hidup berhubungan dengan selera seseorang terhadap suatu produk yang mempengaruhi harga. Ini biasa terjadi pada seseorang yang berusia lebih tua karena sering membandingkan harga suatu produk yang ingin dibelinya. Situasi ekonomi mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Dan situasi ekonomi konsumen juga sangat berpengaruh terhadap harga barang yang akan dibelinya karena adanya pengeluaran. Gaya hidup meliputi interaksi seseorang dengan lingkungannya, sebagian terbentuk oleh keterbatasan uang atau keterbatasan waktu konsumen. Dan yang terakhir kepribadian dan konsep diri yaitu sekumpulan respons yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan termasuk pembelian. Harga produk yang murah dan terjangkau dengan daya beli konsumen yang ditargetkan karena akan memengaruhi keputusan pembelian. Harga yang ditetapkan oleh pedagang akan menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk melakukan pembelian akibat situasi ekonomi yang dimiliki oleh konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pedagang untuk mencari barang dengan kualitas yang baik namun harga tetap terjangkau.

Penelitian terkait pengaruh faktor psikologis, faktor pribadi dan faktor sosial oleh Rambo Saputra 2020 jenis penelitian yang digunakan bersifat regresi dengan melakukan pendekatan secara kuantitatif. Hasil penelitian ini

faktor psikologi, pribadi dan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani pada mahasiswi UIN Raden Fatah Palembang. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh Irfan Setiawan dan Farmansjah Maliki, SE., MM (2020) pendekatan penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor pribadi, psikologi dan sosial memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada Dealer Honda Bintang Motong Jakarta

Menurut Wicaksono dkk (2011) pasar tradisional merupakan tempat bertemunya para pembeli dan penjual yang disertai dengan aktivitas tawar menawar secara langsung. Pasar Banyuasri adalah salah satu pasar yang menjual buah lokal terbesar dan tertua di kota Singaraja, Buleleng (Prokomsetda Buleleng 2021). Pada saat itu pasar Banyuasri memiliki bangunan yang sudah lapuk sehingga Pemkab Buleleng melakukan revitalisasi agar pedagang kecil dapat dipertahankan ditengah pesatnya pedagang modern saat ini (2018). Revitalisasi dilakukan sebagai bentuk perayaan HUT Ke-417 Kota Singaraja, yang awalnya proyek ini selesai di tahun 2020 akhir kemudian di jadwalkan ulang menjadi April 2021.

Perkembangan pengunjung di pasar Banyuasri terdapat perbedaan antara tahun 2021 dan 2023 di dalam gedung maupun luar gedung pasar dari jam 05.00 wita sampai 12.00 wita. Data ini di dapatkan dari PD. Pasar Kabupaten Buleleng yang berada di Jalan Anggrek. Kaliuntu, Kec. Buleleng, Kabupaten Buleleng Bali 81114. Dari data yang didapat dari pegawai PD. Pasar Kabupaten Buleleng yang bernama ibu komang, jumlah pengunjung pasar di tahun 2021 kira-kira sebanyak 64.025. Sedangkan pada tahun 2023 jumlah

pengunjung kira-kira sebanyak 26.730. Dapat dilihat bahwa jumlah pengunjung pasar mengalami perubahan antara 2021 dan 2023. Data yang digunakan merupakan data setelah terjadinya revitalisasi, karena ibu komang mengatakan bahwa sebelum revitalisasi data pengunjung tidak tercatat dan saat itu masih menggunakan karcis parkir. Berbeda dengan saat ini sudah menggunakan e-parkir dan semua data tercatat mulai dari plat motor/mobil, tanggal, waktu in dan waktu out.

Adanya revitalisasi di Pasar Banyuasri, menimbulkan banyak perubahan di pasar terutama di dalam gedung seperti adanya escalator dan lift. Namun setelah observasi yang telah saya lakukan, khususnya untuk konsumen yang sudah berumur dan renta takut untuk menaiki escalator di pasar Banyuasri. Escalator yang menjadi fasilitas untuk seluruh pengguna tersebut saat ini terlihat sudah jarang dinyalakan lagi. Sehingga konsumen yang terbiasa menggunakan escalator ataupun lift juga mengeluh malas berbelanja di dalam gedung karena escalator naik turunnya terkadang tidak dinyalakan. Seperti yang dikatakan oleh ibu Astiti “pernah hampir terjadi kecelakaan saat escalator digunakan oleh konsumen”. Konsumen yang berbelanja di dalam gedung pasar juga terlihat sepi jika dibandingkan dengan pasar yang dulu. Hal ini menimbulkan persepsi konsumen malas berbelanja di pasar banyuasri, karena jumlah pilihan pedagang yang sedikit dan barang yang dijual tidak beragam seperti dulu di dalam gedung.

Seperti yang telah dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya perubahan pola pikir dan perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa. Seperti faktor pribadi, yang dimana setiap

individu memiliki karakteristik yang berbeda pola mengonsumsi barang dan jasa. Ketika saya melakukan wawancara dengan beberapa konsumen, seperti yang dikatakan oleh bapak Komang Arya dan ibu Nurhayati “kalau dulu sebelum renovasi harga bunga saat ada upacara keagamaan itu hanya Rp 20.000,00 kalau sekarang Rp 40.000,00 belum lagi bayar uang parkir motor Rp 2.000,00”. Dan konsumen yang bernama ibu Lelik juga mengatakan bahwa harga bumbu dapur seperti bawang merah, bawang putih sering naik turun saat ini. Namun harga bumbu dapur tersebut tidak seperti harga pada umumnya di pasar lain. Harga cabai merah besar di pasar lain harganya Rp 58.000,00/kg dan di pasar Banyuasri Rp 60.000,00/kg, begitupun dengan harga bawang putih yang sedikit lebih mahal Rp 2.000,00/kg nya. Hal serupa juga disampaikan oleh ibu Yulia mengatakan bahwa bunga pacah yang dibelinya ternyata keesokan hari sudah sedikit membusuk, dan kembang rampe atau pandan yang dibeli sudah menguning. Permasalahan ini menimbulkan rasa kecewa untuk konsumen karena pasar tidak sesuai harapan yang mereka mau jika dibandingkan dengan Pasar Banyuasri sebelum revitalisasi.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Faktor Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian ke Pasar Banyuasri Buleleng Setelah Revitalisasi”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada di atas, maka masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. Konsumen mengeluh, karena takut menggunakan escalator dan lift untuk ke lantai dua dan suasana pasar yang semakin sepi pengunjung di dalam gedung.
2. Harga jual di pasar Banyuasri cukup mahal.
3. Jumlah konsumen ke pasar Banyuasri semakin berkurang.
4. Kualitas produk yang dijual di pasar Banyuasri kurang karena produk yang dijual terkadang tidak laku.
5. Pilihan pedagang yang sedikit dan pilihan produk yang dijual itu-itu saja di dalam gedung pasar Banyuasri.
6. Tarif parkir yang cukup mahal, sebelum revitalisasi sebesar Rp 1.000,00 dan sesudah revitalisasi Rp 2.000,00.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada konsumen di pasar Banyuasri, maka peneliti membatasi pada permasalahan mengenai pengaruh faktor psikologi dan pribadi terhadap keputusan pembelian.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menarik rumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian ke Pasar Banyuasri Buleleng setelah revitalisasi?
2. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ke Pasar Banyuasri Buleleng setelah revitalisasi?

3. Apakah faktor psikologis dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian ke pasar Banyuasri Buleleng setelah revitalisasi?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian ke Pasar Banyuasri Buleleng setelah revitalisasi.
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian ke Pasar Banyuasri Buleleng setelah revitalisasi.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian ke pasar Banyuasri Buleleng setelah direvitalisasi.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, adapun manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini mampu memberikan informasi kepada pedagang tentang pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian ke pasar Banyuasri Buleleng.

## 2. Manfaat Praktis

### a. Bagi Penelitian

Penelitian ini adalah sarana yang dapat menambah ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah mengenai kondisi yang terjadi di lapangan dan menambah pengalaman untuk melakukan penelitian yang terkait dengan judul yang diangkat.

### b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya peneliti yang berkaitan dengan pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen. Dapat menambah wawasan dan dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh dibangku kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan dan juga memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan.

### c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini dapat menjadi tambahan sumber Pustaka Khususnya mengenai pengaruh faktor psikologis dan pribadi terhadap keputusan pembelian ke pasar Banyuasri Buleleng