

## **PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN KONSEP DIRI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PRABAYAR simPATI DI KEBUMEN**

Wahyu Retno Maryati

Retno.wahyu8531@yahoo.co.id

### **ABSTRAK**

Perkembangan telekomunikasi yang semakin pesat menimbulkan persaingan, dengan melihat perilaku konsumen diantaranya mengetahui pendapatan, gaya hidup dan konsep diri dalam melakukan keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan memberikan bukti empiris pengaruh pendapatan, gaya hidup dan konsep diri terhadap keputusan pembelian produk prabayar simPATI di Kebumen. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna produk prabayar simPATI di Kebumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling* dengan sampel sebanyak 100 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert yang sudah diuji cobakan dan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS versi 16 diketahui bahwa Pendapatan secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikansi  $P \text{ value } 0.006 < 0.05$ . Gaya hidup secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikansi  $P \text{ value } 0.004 < 0.05$ . Konsep diri secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dengan taraf signifikansi  $P \text{ value } 0.000 < 0.05$ . Sehingga penelitian ini memberikan hasil yang mendukung hipotesis.

Kata kunci : pendapatan , gaya hidup, konsep diri dan keputusan pembelian

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan telepon genggam (telepon seluler) dewasa ini semakin pesat melonjaknyatelepon genggam menarik fenomena dunia usaha dalam upaya memenuhi kebutuhan informasi.Persaingan usaha industri telekomunikasi jaringan publik jasa bergerak untuk seluler merupakan pasar yang terbuka bagi semua operator (provider). Hal ini menarik perhatian investor untuk ikut andil dalam pasar telekomunikasi, sehingga industri telekomunikasi di Indonesia tidak hanya di dominasi oleh pemerintah saja melalui PT.Telekomunikasi Indonesia tetapi juga pihak swasta. Hingga pada akhirnya lahan industri telekomunikasi menjadi rebutan berbagai pihak.

Kejelian konsumen dalam memilih beragam produk yang ditawarkan dimana perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian serta bagaimana konsumen menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk, informasi yang diperoleh mengenai suatu produk digunakan konsumen untuk memilih berbagai alternatif produk yang ada. Konsumen selalu menentukan pilihan berdasarkan pertimbangan tertentu sehingga antara konsumen yang satu dan konsumen yang lainnya belum tentu akan memilih produk yang sama, disinilah dibutuhkan kejelian konsumen dalam penentuan keputusan produk mana yang akan dipilih dengan tetap mempertimbangkan manfaat yang akan diperoleh dari produk tersebut sehingga keputusan yang diambil konsumen merupakan proses pembelian dimana individu menentukan keputusan untuk melanjutkan atau tidak melanjutkan pembelian suatu barang atau jasa (Kotler, 2002:234).

Tujuan keputusan pembelian yang dilakukan oleh individu dalam menentukan suatu barang atau jasa ditandai dengan banyaknya pilihan-pilihan produk yang ditawarkan, maka penulis ingin mengetahui lebih jauh pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan konsep diri terhadap pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen.

## Tahap-tahap proses pengambilan keputusan

Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian (Engel et Al, 2000:31)

Terdapat 5 tahap yang dilakukan oleh konsumen dalam proses pengambilan keputusan. Tahap-tahap tersebut antara lain pengenalan masalah yaitu konsumen sadar akan masalah yang akan dihadapi dan berusaha memenuhi kebutuhan akan masalahnya tersebut, pencarian informasi yaitu konsumen mencari informasi produk apa yang akan dikonsumsi, evaluasi alternatif yaitu konsumen membentuk penilaian atas produk, keputusan pembelian yaitu konsumen menentukan proses dalam pembelian yang nyata dan membentuk niat untuk membeli produk yang ia sukai, perilaku paska pembelian yaitu apabila konsumen puas akan melakukan pembelian kembali begitu juga sebaliknya (Kotler, 2005 : 224 -225).

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang maupun jasa (Kotler, 2002 : 183), Salah satunya di pengaruhi oleh :

### a. Faktor Demografi

Salah satu faktor demografi adalah pendapatan yang paling sering dijadikan dasar untuk pengelompokan konsumen (Machfoed, 2006 ; 67). Pendapatan adalah jumlah penghasilan riil seluruh anggota keluarga yang disumbangkan untuk memenuhi kebutuhan bersama maupun perseorangan dalam keluarga (Sumardi, 2002:323)

### b. Faktor Pribadi

Faktor pribadi dianggap mempunyai kemampuan reaksi yang cepat terhadap berbagai penawaran produk atau jasa dalam keputusan pembelian. Salah satunya adalah gaya hidup dan konsep diri (Engel dan Maslow, 2000 :367). Sedangkan gaya hidup didefinisikan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka

anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat), (Sutisna, 2003:145). Konsep diri adalah cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan (Anwar, 2002:47).

Berdasarkan fenomenayang telah dipaparkan di atas maka fokus dalam penelitian apakah pendapatan, gaya hidup dan konsep diri berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk prabayar simPATI di kebumen secara parsial dengan tujuan penelitian untuk menguji pengaruh pendapatan, gaya hidup dan konsep diri terhadap keputusan pembelian produk prabayar simPATI di kebumen.

## **METODE PENELITIAN**

Populasi penelitian ini adalah pengguna produk prabayar simPATI di kota Kebumen. Teknik penentuan sampel dilakukan dengan *metode purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan menggunakan kuesioner. Skala pengukuran yang dipakai adalah skala likert (Kuncoro, 2003: 157). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan persamaan :  $Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$  dimana  $Y$  = keputusan pembelian,  $a$  = konstanta,  $b_1; b_2; b_3$  = koefisien regresi,  $x_1$  = pendapatan,  $x_2$  = gaya hidup,  $x_3$  = konsep diri,  $e$  = error *term*. Hasil perhitungan regresi selanjutnya diuji secara parsial setiap variabel. Dengan tingkat keyakinan 95% atau taraf nyata  $\alpha = 0,05$ .

## **HASIL PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian bahwa semua indikator untuk mengukur keputusan pembelian dalam penelitian mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{kritis} = 0.3$ . Sehingga semua indikator tersebut adalah valid, artinya pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan pengambilan keputusan

pembelian terhadap produk prabayar yang diukur melalui kuesioner. semua variabel menghasilkan nilai  $\alpha \geq 0,6$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pada masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, artinya kuesioner mampu memberikan hasil yang konsisten bila dipakai secara berulang kali dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian ini rekapitulasi analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1 Coeficient Regresi

Variabel	Standardized beta	P <sub>Value</sub>	Keterangan	$\alpha$ (0,05)	Status
Pendapatan	0.215	0,006	<	0,05	Positif Signifikan
Gaya Hidup	0.256	0,004	<	0,05	Positif Signifikan
Konsep Diri	0.527	0,000	<	0,05	Positif Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS versi 16.0 for windows

Berdasarkan tabel 1 diatas persamaan regresi linier berganda yang diperoleh sebagai berikut :  $Y = 0,215 X_1 + 0,256 X_2 + 0,527 X_3$  sesuai dengan hasil analisis parsial bahwa pendapatan mempunyai pengaruh  $0,006 < 0,05$  sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup mempunyai pengaruh  $0,004 < 0,05$  sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, konsep diri mempunyai pengaruh  $0,000 < 0,05$  sehingga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian secara deskriptif atas variabel penelitian pendapatan, gaya hidup, konsep diri dan keputusan pembelian diuraikan sebagai berikut : pendapatan mempengaruhi proses pengambilan keputusan karena kemampuan konsumen dalam membelanjakan produk prabayar simPATI, gaya

hidup mempengaruhi proses untuk mengambil keputusan membeli di lihat dari aktivitas, ketertarikan dan pendapat akan produk prabayar simPATI, konsep diri mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian yaitu merupakan gambar tentang apa yang kita pikirkan mengenai kekuatan produk, kejujuran tarif, iklan yang humoris serta kreasi produknya yang memuaskan.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pendapatan, gaya hidup dan konsep diri terhadap keputusan pembelian produk prabayar simPATI di kebumen, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel pendapatan, gaya hidup dan konsep diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian secara parsial.

Bagi para calon peneliti yang hendak melakukan penelitian pada hal yang sama, sebaiknya penelitian dilakukan dengan melibatkan kelompok responden yang lebih besar, sehingga akan diketahui besarnya pengaruh variabel-variabel perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada lingkup yang lebih besar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Anwar, P.M. 2002. *Perilaku Konsumen*. RF.PGI.

Engel, et all. 2000. *Perilaku Konsumen : Edisi Keenam Jilid I*. Jakarta : Binarupa Aksara.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*. Jakarta: PT Prenallindo.

Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Jakarta : Erlangga.

Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Mahmud Machfoed. 2006 .*Pengantar Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Unit penerbit dan percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

## **PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Wahyu Retno Maryati

NIM : 082210064

Program Studi : Manajemen

Dengan ini saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam artikel ini benar-benar karya saya sendiri, bukan jiplakan orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam artikel ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.

Apabila terbukti/ dapat dibuktikan bahwa artikel ini adalah hasil jiplakan, saya bersedia bertanggung jawab secara hukum yang diperkarakan oleh Universitas Muhammadiyah Purworejo.

Purworejo,  
Yang membuat pernyataan,

Wahyu Retno Maryati