

JAMB
(Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis)

Available online <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/IAMB>

Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis yang Memengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Songket di Toko Mawar Songket

Personal and Psychological Factors Affecting Consumer Behavior in Purchasing Songket at Mawar Songket Store

Tiara Veranica¹⁾*, M.Syahirman Yusi²⁾, A.Jalaludin Sayuti³⁾

1, 2, 3) Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

*Corresponding Email: tiaraveranica@student.polsri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pribadi dan faktor psikologis yang paling dominan dalam Memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kain songket di toko Mawar Songket dan seberapa besar faktor tersebut Memengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian kain songket di Toko Mawar Songket. Pemecehan masalah dilakukan dengan metode penelitian kuantitatif-deskriptif dengan teknik berupa survei terhadap konsumen toko Mawar Songket yang melalui kuesioner. Data dalam penelitian ini menggunakan analisis uji instrumen, uji regresi linear berganda dengan uji parsial dan uji simultan yang diolah dengan IBM SPSS versi 25. Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa faktor pribadi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Sedangkan faktor psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen pada toko Mawar Songket. Faktor psikologis memberikan pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumen pada toko Mawar Songket. Peningkatan jenis songket dan harga perlu diperkuat agar mendorong faktor pribadi konsumen dalam melakukan pembelian kain songket pada toko Mawar Songket berdasarkan perilaku konsumen.

Kata Kunci: Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, Perilaku Konsumen

Abstract

The purpose of this study was to analyze the most dominant personal and psychological factors in influencing consumer behavior in purchasing songket at Mawar Songket store and how much these factors affected consumer behavior in purchasing songket at Mawar Songket store. Problem solving was done by quantitative-descriptive research method with a technique in the form of a survey of consumers of the Mawar Songket store through a questionnaire. The data in this study used analysis of instrument test, multiple linear regression tests with partial and simultaneous tests which were processed with IBM SPSS version 25. From the results of the study, it was concluded that personal factors did not significantly influence consumer behavior. While psychological factors had a significant effect on consumer behavior at Mawar Songket store. Psychological factors gave the most dominant influence on consumer behavior at Mawar Songket store. Enhancement in songket types and prices need to be strengthened in order to encourage consumers' personal factors in purchasing songket at Mawar Songket store based on consumer behavior.

Keywords: Personal Factor, Psychological Factor, Consumer Behaviour

PENDAHULUAN

Kain songket merupakan bentuk kebudayaan non-fisik yang dimiliki oleh masyarakat kota Palembang. Budaya non-fisik ialah berbentuk ide-ide dan aktivitas manusia yang dinamis dan terbuka terhadap perubahan serta menyesuaikan dengan konteks zaman. (Larasati, 2018)

Kain songket berasal dari kata tusuk dan cukit. Kain ini biasanya ditenun dengan benang emas maupun benang perak. (Laksana, (2018): dikutip Alam: 2019).

Menurut Budhyani (2013), yang paling menonjol dari kain songket adalah bentuk-bentuk ragam hiasnya. Mawar Songket adalah toko yang menjual kain songket khas Palembang. Pada tahun 2018 konsumen yang membeli di Mawar songket sebanyak 294 orang dan pada tahun 2019 turun menjadi 122 orang pembeli kain songket.

Dikarenakan seiring berjalannya waktu, konsumen menuntut sesuatu yang lebih terhadap suatu produk, maka semakin banyak jenis produk yang diperlukan untuk segmen pasar. (Lutfiati, 2018). Konsumen melakukan proses pengambilan keputusan ketika membeli barang atau jasa (Koesoemaningsi, 2013) : dikutip Marlius : 2017).

Maka dari itu, dalam melakukan suatu pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti faktor perilaku konsumen yaitu faktor pribadi dan faktor psikologis.

Penelitian ini menggunakan variasi faktor pribadi dan faktor psikologis dari hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya dan disesuaikan pada situasi kondisi perilaku konsumen. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi dan faktor psikologis secara bersama-sama dalam menentukan pembelian dan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi dan faktor psikologis konsumen secara parsial dalam menentukan pembelian kain songket Palembang.

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumen

Menurut Firmansyah (2018), perilaku konsumen merupakan sesuatu yang berkaitan erat dengan suatu proses pembelian, seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa (*product and services*).

Faktor Pribadi

Menurut Setiadi (2019), yang meliputi bagian dari faktor pribadi ialah umur dan tahapan dalam siklus hidup,

pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

Faktor Psikologis

Menurut Setiadi (2019), faktor psikologis yang termasuk dalam faktor psikologis ini ialah motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan dan sikap.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif-deskriptif yang memiliki kaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain. (Siyoto, 2015)

Data primer dan sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari perolehan data kuesioner. Populasi dan sampel pada penelitian ini merujuk pada data rata-rata jumlah konsumen toko Mawar Songket pada tahun 2019 yaitu 122 konsumen. Sampel menurut Supranto (2008, dikutip Susanti dkk, 2017) adalah bagian dari populasi. Jadi, diperoleh jumlah sampel berjumlah 55 responden dengan perhitungan sampel *Slovin*.

Teknik pengumpulan data pada sampel ini ialah metode *sampling purposive* dengan pertimbangan tertentu (Darmana, 2019). Ketentuan responden adalah konsumen yang pernah membeli di Mawar

Songket minimal sekali. Teknik analisis data menggunakan perangkat IBM SPSS v.25. Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan: 1) Uji instrumen, 2) uji regresi berganda, dan Uji hipotesis yaitu uji parsial (t) dan uji simultan (F).

HASIL

Tabel 1. Hasil Uji Instrumen

No.	r_{hitung}	Ket.*	Variabel	α	Ket.**
X _{1.1}	0,758				
X _{1.2}	0,772		Faktor		
X _{1.3}	0,757	Valid	Pribadi	0,818	Reliabel
X _{1.4}	0,799		(X ₁)		
X _{1.5}	0,736				
X _{2.1}	0,865		Faktor		
X _{2.2}	0,845	Valid	Psikologis	0,903	Reliabel
X _{2.3}	0,939		(X ₂)		
X _{2.4}	0,885				
Y ₁	0,944		Perilaku		
Y ₂	0,960	Valid	Konsumen	0,949	Reliabel
Y ₃	0,954		(Y)		

*nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361) **nilai $\alpha >$ nilai minimum α (0,60)

Sumber: Data diolah IBM SPSS v.25 (2021)

Berdasarkan Tabel 1, keseluruhan instrument yang digunakan dapat dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361), dan keseluruhan variabel dinyatakan reliabel disebabkan mempunyai nilai α lebih besar dari koefisien minimum α (0,60).

Tabel 2 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstd. Coefficiens		t	Sig.
	B	Std.E		
Constant	3,577	0,972	3,681	0,001
Faktor Pribadi	-0,020	0,061	-0,334	0,739
Faktor Psikologis	0,605	0,065	9,343	0,000

t_{tabel}	2,009
Adj. R^2	0,756
F	80,546
F_{tabel}	2,553
Sig.F	,000

Dependent Var: Perilaku Konsumen

Pengaruh Faktor Pribadi (X₁) terhadap Perilaku Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 2 didapatkan bahwa uji t , nilai $sig.$ faktor pribadi (X₁) lebih besar dari nilai α ($0,739 > 0,050$) atau nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-0,334 < 2,009$), artinya faktor pribadi memiliki pengaruh negatif-signifikan terhadap perilaku konsumen (Y). Menolak H₁ yang diajukan dalam penelitian.

Pengaruh Faktor Psikologis (X₂) terhadap Perilaku Konsumen (Y)

Berdasarkan Tabel 2 didapatkan bahwa uji t , nilai $sig.$ faktor psikologis (X₂) lebih kecil dari nilai α ($0,000 < 0,050$) atau nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($9,343 > 2,009$), artinya faktor psikologis berpengaruh positif-signifikan terhadap perilaku konsumen (Y). Menerima H₂ yang diajukan dalam penelitian.

Pengaruh Faktor Pribadi (X₁) dan Faktor Psikologis (X₂) terhadap Perilaku Konsumen (Y)

Berdasarkan uji koefisien determinasi menunjukkan hubungan yang kuat antara variabel faktor pribadi (X₁) dan faktor

psikologis (X₂) terhadap perilaku konsumen (Y) sebesar 75,6%. Dari hasil uji F , nilai $sig.$ F lebih kecil dari α ($0,000 < 0,050$) atau nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} ($80,546 > 2,553$), artinya faktor pribadi dan faktor psikologis secara simultan atau bersama-sama menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap variabel perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Jane (2021) mengenai adanya pengaruh yang signifikan dari faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap perilaku konsumen.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini sejalan dengan perilaku konsumen dalam membeli kain songket yang didasari dengan alasan pribadi dan psikologis. Berdasarkan uji simultan (F) menunjukkan faktor pribadi (X₁) dan faktor psikologis (X₂) berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumen (Y) di mana hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan adanya hubungan yang kuat (75,6%). Berdasarkan uji parsial (t) terdapat faktor psikologis (X₂) yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen (Y). Namun, faktor pribadi (X₁) berpengaruh negatif-tidak signifikan terhadap perilaku konsumen (Y).

UCAPAN TERIMAKASIH

Diucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini, sehingga penelitian dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Budhyani, Dewa AM & Nyoman Sila. (2013). "Kajian Estetika Ragam Hias Tenun Songket Jinengdalem, Buleleng". *Jurnal ilmu sosial dan humaniora*, 2(1): 159
- Darmana & Garaika. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung Selatan: Hira tech
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish
- Laksana, Robert Budi. (2019). "Kajian Konsep Mandala Terhadap Motif Naga Besaung pada Kain Tenun Songket Palembang". *Jurnal Pendidikan Seni dan Seni*, IV(1): 1-3.
- Larasati, D. (2018). "Globalisasi Budaya dan Identitas: Pengaruh dan Eksistensi Hallyu (Korean Wave) versus Westenisasi di Indonesia". *Jurnal Hubungan Internasional*, 11 (1): 110-112.
- Lutfiati, Dewi & Nadek YF. (2018). "Minat Konsumen pada Tenun Ikat NTT di Sentra Tenun Ikat Ina Ndao Kota Kupang". *E-journal*, 7(2): 101.
- Marlius, Doni. (2017). "Keputusan Pembelian Berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Intercom Mobilindo Padang". *Jurnal Pundi*, 1(1): 57.
- Setiadi, Nugroho J. (2019). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Siyoto, Sandu & Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Susanti, Galih A, Nurul Qomariah, Anwar. (2017). "Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian di Café Cangkir Klasik Jember". *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2):160.