

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA REVO PADA CV LION KECAMATAN JAILOLO KABUPATEN HALMAHERA BARAT

**STANLEY SINYO
JOHNY MONTOLALU
OLIVIA F.CH.WALANGITAN**

Abstract. The increasingly fierce competition is inevitable in the business world, but it is a challenge that must be faced. A wide variety of ways in which to dominate the market, one of them by creating a quality product in order to attract consumers in making purchasing decisions. This study aims to determine how much influence consumer behavior towards Honda Revo Product Purchasing Decisions in District Jailolo. To answer the purpose of this study used statistical parametric analysis tools such as correlation and regression. The results showed consumer behavior has a significant influence on purchasing decisions. Thus, it is expected CV Lion must pay attention to consumer behavior Products Honda Revo order to give effect to the purchase decision.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk memperoleh keuntungan dalam aktifitas bisnisnya, serta mampu memberikan kepuasan kepada konsumen. Dengan memperoleh keuntungan dan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, diharapkan akan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan sekaligus perkembangannya. Namun demikian, yang perlu juga diperhatikan perusahaan adalah aspek perilaku konsumen.

Perilaku konsumen dimaknai sebagai suatu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi serta menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut (Umar, 2003). Dengan memprediksi perilaku konsumen, perusahaan bisa merancang pola komunikasi yang tepat melalui kegiatan promosi dalam rangka mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat mengetahui kebutuhan konsumen, sehingga dapat memproduksi barang atau jasa yang sesuai dengan selera konsumen.

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler, 2002). Dalam organisasi bisnis, upaya memprediksi dan menjelaskan perilaku konsumen biasanya dilakukan oleh departemen penelitian dan pengembangan, sedangkan peran pengendalian konsumen dilakukan oleh eksekutif perusahaan dan departemen pemasaran.

Di era pasar penjual (*seller's market*), ketika pasar dikuasai penjual jumlah produsen atau penjual masih sedikit. Hubungan produsen dengan konsumen sangat erat dan dekat. Tidak terlalu sulit bagi produsen untuk memahami perilaku konsumen sehingga mereka bisa memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dengan mudah. Produsen bahkan dengan mudah memprediksi kebutuhan konsumen seperti: (1) Apa yang dibeli konsumen; (2) Siapa yang membentuk pasar konsumen; (3) Mengapa konsumen membeli produk; (4) Siapa saja yang terkait dalam pembelian; (5) Bagaimana konsumen melakukan pembelian; (6) Dimana konsumen berbelanja? Namun sebaliknya, di era pasar pembeli (*buyer's market*) seperti sekarang, pasar dikuasai oleh pembeli. Hubungan produsen dengan pembeli menjadi semakin jauh. Tidaklah mudah bagi

produsen atau pemasar untuk memahami perilaku konsumen. Oleh karena itu, riset merupakan jawaban yang paling tepat untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang perilaku konsumen karena kebutuhan konsumen yang lebih kompleks.

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Honda Revo pada CV Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat? Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Honda Revo pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode kuantitatif adalah pendekatan ilmiah yang memandang suatu realitas itu dapat diklasifikasikan, konkret, teramati dan terukur, hubungan variabelnya bersifat sebab akibat dimana data penelitiannya berupa angka-angka dan analisisnya menggunakan statistik. (Sugiyono, 2008). Sedangkan lokasi penelitian merupakan suatu tempat dimana penelitian dilakukan, dan lokasi yang dipilih dalam penelitian adalah CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat.

Menurut Sugiyono (2003) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam kaitannya dengan

penelitian ini, maka yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan Honda Revo pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. Adapun Sampel dalam penelitian ini adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, dan mengingat besar populasi 100 serta untuk mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat, maka dalam penelitian ini ditarik sampel 50 % dari populasi, yakni 50 pelanggan.

Data yang dipakai dalam rangka analisis untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan yaitu data primer yang merupakan data yang diperoleh langsung dari responden. Pengumpulan data primer menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner dan disertai dengan *interview guide* untuk memandu wawancara kepada responden. Kuesioner terbagi dalam dua bagian yaitu berisi pertanyaan-pertanyaan tentang variabel Perilaku Konsumen dan pertanyaan-pertanyaan tentang variabel Keputusan Pembelian. Data sebagaimana yang dimaksud di atas dikumpulkan melalui survei dan disertai dengan teknik observasi non partisipan.

Pengolahan data dilakukan dengan metode statistika, yaitu analisis korelasi dan regresi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t dengan $\alpha = 0,05$, untuk membuktikan seberapa besar hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Perilaku Konsumenterhadap Keputusan Pembelian. Analisis regresi linier sederhana dinyatakan dalam bentuk persamaan: $Y = a + bX$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan bantuan *program SPSS Version 13.0*, maka hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Perhitungan Korelasi Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	50,071	5,557		9,010	,000
	Perilaku Konsumen	-,082	,121	-,098	-,679	,500

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Dari tabel 1 di atas, maka dapat diketahui bahwa model regresi yang diperoleh adalah :

$$Y = a + bX ; Y = 50,071 + 0,082 X.$$

Konstanta a sebesar 50,071 memberikan pengertian bahwa jika perilaku konsumen (X) yang dipersepsikan konstan atau sama dengan nol (0), maka besarnya keputusan pembelian (Y) sebesar 50,071 satuan. Selanjutnya nilai b yang merupakan koefisien regresi dari variabel X (Perilaku Konsumen) sebesar 0,082 mempunyai arti bahwa jika Perilaku Konsumen mengalami peningkatan sebesar satu (1) satuan, maka Keputusan Pembelian akan mengalami kenaikan atau peningkatan

sebesar 0,082 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. Kemudian, koefisien regresi X sebesar 50,071 + 0,082 X dapat diartikan jika Perilaku Konsumen mengalami peningkatan sebesar satu (1) satuan akan mengakibatkan perubahan searah sebesar 0,082 satuan terhadap Keputusan Pembelian.

Analisis koefisien korelasi (r) ini digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam hal ini mengukur kuat lemahnya hubungan antara Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian.

Tabel 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,098 ^a	,010	-,011	1,751

Dari hasil analisis antara Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian didapatkan nilai R sebesar 0,098 atau 09,8%. Artinya Perilaku Konsumen mempunyai hubungan yang positif dan kuat terhadap Keputusan Pembelian sebesar 09,8%. Dari tabel 2 di atas juga dapat dilihat koefisien determinasi sebesar 0,010. Standar kesalahan estimasi adalah 1,751, hal ini berarti pengaruh variabel Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian sebesar 01,0%, sedangkan sisanya 00,1%, dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Dari tabel 1 diketahui hasil untuk variabel Perilaku Konsumen = 9,010 dan =

0,679. Karena $t_{hit} > t_{tabel}$ maka menerima hipotesis yang menyatakan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Karena adanya pengaruh positif antara Perilaku Konsumen dengan Keputusan Pembelian menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dicapai sesuai dengan yang diharapkan karena dipengaruhi oleh Perilaku konsumen.

Berhubungan dengan Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian merupakan salah satu upaya bagaimana produk dapat segera dipasarkan kepada konsumen dengan cepat dan tepat memenuhi kebutuhan. Salah satu jalan adalah Perilaku Konsumen itu sendiri. Begitu pula dengan pemasaran produk Honda Revo yang ada pada

CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. Jenis-jenis Honda Revo yang banyak sekali beredar dipasar dengan berbagai ragam dan model, selain itu persaingan yang sangat ketat juga menyangkut Perilaku Konsumen yang efektif dalam suatu Keputusan Pembelian dalam hal ini Honda Revo.

CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat, merupakan salah satu dealer Honda dan salah satu pilihan konsumen sangat memperhitungkan peran dan hubungan yang positif pada Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dilihat dari penelitian yang ada bahwa konstanta a mengalami peningkatan dan nilai b yang merupakan koefisien regresi juga mengalami peningkatan, yang artinya bila Perilaku Konsumen efektif mengalami kenaikan, sebesar satuan maka Keputusan Pembelian juga akan mengalami peningkatan.

Hasil penelitian yang dilakukan pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat tersebut merupakan perusahaan/dealer Honda yang bergerak dalam bidang pemasaran serta penjualan produk hendaknya sangat memperhatikan peran Perilaku Konsumen secara efektif sehingga perkembangan dan keuntungan yang maksimal dari tujuan perusahaan yang sebenarnya tercapai dengan sempurna.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan bahwa : (1) Perilaku Konsumen mempunyai hubungan yang sangat erat dengan Keputusan Pembelian, dimana besar pengaruhnya signifikan terhadap Keputusan Pembelian Honda Revo yang ada pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan rumus linier sederhana, jika Perilaku Konsumen dianggap nol, maka Keputusan Pembelian (konstanta a) akan mengalami peningkatan dan jika Perilaku Konsumen

(koefisien regresi) mengalami peningkatan maka Keputusan Pembelian Honda Revo juga mengalami peningkatan penjualan; (2) Dari hasil analisis Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian didapatkan bahwa nilai R mengalami peningkatan. Artinya Perilaku Konsumen mempunyai hubungan yang positif dan kuat terhadap Keputusan Pembelian; (3) Dari tiga jenis Honda Revo yang ada pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat, bahwa Honda Revo yang paling diminati oleh konsumen adalah REVO FIT FI MMC, hal ini dikarenakan selain sudah banyak dikenal konsumen, juga memiliki harga yang lebih mudah terjangkau dari jenis Revo lainnya dengan kualitas yang sama.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa hal yang dapat disarankan sebagai berikut : (1)Oleh karena hasil menunjukkan bahwa Perilaku Konsumen memiliki hubungan dengan Keputusan Pembelian, diharapkan perusahaan dapat menjaga serta mempertahankannya dan hendak perusahaan memberikan perhatian pada pelayanan jasa berupa memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan secara memuaskan dan memahami kebutuhan para pelanggan; (2) Bagi Kepala perusahaan CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat untuk lebih meningkatkan pelayanan dan fasilitas; (3)Bagi seluruh karyawan yang ada pada CV. Lion Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat, agar selalu siap dalam menanggapi keluhan pelanggan dan mampu menjawab semua pertanyaan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Engel F. J, Blackwell D. R, dan Miniard W. P. 1994. Perilaku Konsumen. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Kotler, P. 2002. Marketing Management. Millenium Edition North Western University, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- Sugiyono. 2003. Statistik untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung.

- Sugiyono. 2007. Metode Penelitian Bisnis. Cetakan Kelima. CV Alpha Betha, Bandung.
- Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung.
- Umar, H. 2003. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.