

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERDAMPAK PADA PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE DIANG DI KABUPATEN BARITO KUALA

Risna¹, Farida Yulianti², Prihatini Ade Mayvita³

¹Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NPM.18310122

²Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN.1121076901

³Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan MAB, NIDN.1116028801

Email: risnadavena@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan pembelian di Cafe Diang selama ini, (2) faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Cafe Diang, (3) perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pada Cafe Diang, (4) kendala yang dapat mempengaruhi upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Cafe Diang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dan merupakan penelitian dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor kebudayaan yang meliputi budaya, faktor sosial yang meliputi kelompok, faktor pribadi yang meliputi umur, pekerjaan, dan juga gaya hidup, serta faktor psikologis yang mana motivasi, persepsi, dan juga keyakinan dan sikap, (2) faktor-faktor yang dapat meningkatkan keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan juga perilaku sesudah pembelian, (3) perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pelanggan lebih mengutamakan faktor psikologis dan juga faktor pribadi, karena kedua faktor itu cukup banyak mempengaruhi pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian pada Cafe Diang, dan (4) penghambat dalam melakukan pembelian terdapat beberapa kendala yaitu seperti: nilai pelanggan yang tidak sesuai maka akan berpengaruh terhadap pelanggan selanjutnya, kualitas pelayanan yang di bawah standar akan membuat pelanggan berpikir ulang jika ingin melakukan pembelian, kualitas produk yang tidak baik juga akan mempengaruhi keputusan pembelian, dan juga tidak adanya keputusan pembelian juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Nilai Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) what factors influence consumer behavior in making purchases at Cafe Diang so far, (2) what factors can improve consumer purchasing decisions at Cafe Diang, (3) consumer behavior in making purchasing decisions at Cafe Diang, (4) constraints that can affect efforts to improve consumer purchasing decisions at Cafe Diang.

This type of research is descriptive qualitative research and is a research by means of interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques used are data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study indicate (1) the factors that influence purchasing decisions are cultural factors which include culture, social factors which include groups, personal factors which include age,



occupation, and lifestyle, as well as psychological factors which include motivation, perception, and also beliefs and attitudes, (2) factors that can improve purchasing decisions, namely problem recognition, information search, evaluation of alternatives, buying decisions and also post-purchase behavior, (3) consumer behavior in making customer decisions prioritizes psychological factors as well as other factors. Personally, because these two factors quite a lot influence customers in making purchasing decisions at Cafe Diang, and (4) barriers to making purchases there are several obstacles, namely: customer values that are not appropriate will affect the next customer, service quality is below standard will make customers think again if a person wants to make a purchase, poor product quality will also affect purchasing decisions, and the absence of purchasing decisions can also affect purchasing decisions.

Keywords: Consumer Behavior, Purchase Decision

REFERENSI

- Afriliani, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Di Alfamart Sultan Adam 3 Banjarmasin (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Akbar, M.H. 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Cafe Five Points Semarang. Universitas Diponegoro. Semarang. *Skripsi Tesis*.
- Alifia, H. N., & Lutfie, H. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki Pada Pt. Soka Cipta Niaga Pada Tahun 2018. *eProceedings of Applied Science*, 4(2).
- Alma Buchari, Donni Juni, *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Arhinza, F., Handayani, T., & Ali, S. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. In *Prosiding Biema (Business Management, Economic, And Accounting National Seminar)* (Vol. 1, Pp. 1551-1568).
- Chambali, G. A. (2021). *Analisis Preferensi Konsumen Pada Pengunjung Eazy Coffee JOMBANG* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Diantara, L. (2021). Keputusan Pembelian Smart Tv Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Produk Dan Promosi Di Tam Elektronik Bangkinang Kota. *Journal Of Islamic Management Applied*, 1(1), 8-20.
- Effendy, A.A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(3), 702-714
- Hartono, H. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review* [Online], 3 (2), 882-897
- Irianto, E. T. D. (2021). *Analisis Sistem dan Prosedur Akuntansi Penerimaan dan Pengeluaran Beras Antar Daerah pada Perum Bulog Kantor Cabang Kediri GBB Banyakan* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).
- Jurniati, J., Saroh, S., & Hardati, R.N. (2021). Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Kartu Internet Smartfren (Studi Kasus Pada Masyarakat Dinoyo). *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 10/(1), 148-154
- Juru, N. A. (2020). Analisis Struktur Organisasi Terhadap Kinerja Sekretariat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah Kabupaten Buleleng. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,*



Ekonomi & akuntansi), 2020, 4(2):408-421.

Juwariya, S. (2016). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Busana Muslim (Studi Pada Masyarakat Kudus Belanja Di Toko Zoya Sebagai Franchise Merek Zoya Di Kab.Kudus) (Doctoral Dissertation, STAIN Kudus).

Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2013

Kotler, Philip dan AB. Susanto. 2015. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.

Kusumanegara, Erlangga. T. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk. Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian".

Kusumawardani, D. N., Joevarian, J., Nehemiah, N., Novia, P. M., & Giri, P. W. (2013). Pengaruh group Size terhadap Pengambilan Keputusan Kelompok. *Humanitas*, 10(2), 87.

Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi Terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 34-42

Mustikasari, R. (2018). "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Jilbab Ulya Hijab (Studi Kasus Pada Mahasiswi Jurusan Syariah Dan Ekonomi Islam Prodi Ekonomi Syariah IAIN Kudus)". 2018. PhD Thesis. IAIN KUDUS

Paramitha, A. F. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Batik Motif Sumatera Utara (Studi Pada Konsumen Toko Ardhina Batik Motif Medan

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2012. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*.

Priansa, D.J. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. CV. Alfa beta. Bandung

Putra, M. A., & Ghofur, M. A. (2019). Pola Komunikasi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) di Kota Malang. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2).

Reza, R. F. (2022). Pengaruh Aspek Astronomi Terhadap Terjadinya Perubahan Cuaca Dan Iklim Berdasarkan Pengamatan Badan Meteorologi, Klimatologi Dan Geofisika (BMKG) Kelas I Pekanbaru. *Karya Tulis*.

Septiani, Y., Aribbe, E., & Diansyah, R. (2020). Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrab Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus: Mahasiswa Universitas Abdurrab Pekanbaru). *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, 3(1), 131-143.

Setiadi, N.J. 2013. *Perilaku Konsumen*. Kencana Prenada Media Grup. Jakarta

Shelviana, M., Rahadhini, M. D., & Wibowo, E. (2019). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 19(1).

Suawa, A. J., Tumbel, A.L., & Mandagie, Y. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di New Ayam Bandung Resto Kawasan Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2019, 7.4.

Suryani, T. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tristiyanti, E., Suardi, S., & Parani, S. B. D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Produk Tupperware Di Kota Palu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 1(2), 233-240



Yunda, F. (2022). *Peranan Penyuluh Lapangan Keluarga Berencana (Plkb) Pada Dinas Pemberdayaan Perempuan, Perlindungan Anak, Dan Keluarga Berencana (Dp3akb) Kabupaten Lombok Timur Dalam Mewujudkan Keluarga Berkualitas (Studi Kasus Desa Jurit Kecamatan Pringgasela)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Mataram)