

# FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI CAP LABA-LABA DI BANJARMASIN

Eva Purnama<sup>1</sup>, Rahmi Widiyanti<sup>2</sup>, Rina<sup>3</sup>

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NPM. 18310749

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN. 0021126201

Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin, NIDN. 1112067902

Email : [evapurnama@gmail.com](mailto:evapurnama@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin. Penulis menggolongkan penelitian ini pendekatan analisis kuantitatif statistik untuk mengolah data primer yang diperoleh dari sampel penelitian sebanyak 100 konsumen. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin. Faktor variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin adalah variabel pribadi.

**Kata Kunci :** *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the factors that influence consumers in purchasing decisions Kopi Cap Laba-Laba in Banjarmasin. The author classifies this study as a quantitative statistical analysis approach to process primary data obtained from a research sample of 100 consumers. The results of the study concluded that the cultural, social, personal, and psychological variables simultaneously had a significant effect on purchasing decisions for Kopi Cap Laba-Laba in Banjarmasin. Cultural, social, personal, and psychological variables partially have a significant effect on purchasing decisions for Kopi Cap Laba-Laba in Banjarmasin. The dominant variable influencing purchasing decisions for Kopi Cap Laba-Laba products in Banjarmasin is the personal variable.*

*Keywords: Factors Influencing Purchase Decisions*

keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh, dimana dapat diketahui nilai *Standardized Coefficients Beta* terbesar adalah variabel pribadi (X3) sebesar 0.462 > nilai variabel budaya (X1) sebesar 0.161, nilai variabel sosial (X2) sebesar 0.159 dan nilai variabel psikologis (X4) sebesar 0.219. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesa ketiga (uji dominan) yang menyatakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin adalah variabel pribadi (X3) dapat diterima atau teruji. Memahami kebutuhan konsumen adalah penting bagi pemasar. Karena kepribadian bisa terkait dengan perilaku konsumen. Perbedaan dalam perilaku konsumen akan mempengaruhi perilakunya dalam memilih atau membeli produk, karena konsumen akan membeli barang yang sesuai dengan kepribadiannya. Secara singkat, pemahaman terhadap kepribadian konsumen sangat bermanfaat bagi pemasar karena dapat dijadikan dasar dalam melakukan segmentasi pasar.

## PENUTUP

Berdasarkan data hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Faktor variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin.
2. Faktor variabel kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin.

3. Variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin adalah variabel pribadi.

Berdasarkan hasil penelitian, didapat beberapa hal yang harus diperhatikan dalam pengembangan perusahaan ini. Maka peneliti memberi saran dan masukan yang bersifat umum sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan di masa depan. Saran tersebut adalah :

1. Hendaknya perusahaan dapat membuat varian atau produk Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin yang senang digemari masyarakat.
2. Seharusnya pihak perusahaan dapat menambahkan pelayanan yang baik kepada konsumennya agar konsumen senang terhadap membeli produk Kopi Cap Laba-Laba di Banjarmasin.
3. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memasukkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian agar hasilnya lebih maksimal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Beltrand, 2019, *MSDM*, Edisi Keenam, Penerbit Liberty, Jakarta

Gray, 2017, *Managing and Human Resources*, Edition Eight, London

Husnan, 2015, *Salesmanship (Ilmu dan Seni Menjadi Penjual Yang Sukses)*, Penerbit PT. Bumi Aksara, Jakarta

Landy dan Becker, 2017, *Kinerja dan Motivasi*, Edisi Kedelapan, Penerbit Raja Grafindo, Surabaya

Mangkunegara, 2018, *Evaluasi Kinerja*, Cetakan Pertama, Penerbit Refika Aditama, Bandung

Martoyo, 2019, *Economic Principles and Problem*, Raja Grafindo, Jakarta

Mathis dan Jackson, 2018, *Motivasi Karyawan*, Edisi Kelima, Salemba Empat, Jakarta

Muhammad Eko Pradana, 2015, *Peranan Motivasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan di PT. Ciomas Adisatwa Tanah Laut*

Morgan, 2018, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit BPF, Jogjakarta

Nawawi, 2018, *Kinerja Karyawan Dalam Sebuah Perusahaan*, YKPN, Semarang

Nitisemito, Alex S, 2015, *Prinsip dan Dasar Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Liberty, Jakarta

Rivai, Veithzal, 2019, *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*, Penerbit Raja Grafindo, Surabaya

Sukmadinata, Gusti, 2018, *Metode Penelitian Deskriptif*, Andi Offset, Jogjakarta

Soemanto, 2018, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Andi Offset, Jogjakarta

Wexley dan Yuki, 2018, *Man Power Management*, Penerbit Raja Grafindo, Surabaya

Wahjosumidjo, 2017, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Liberty, Jakarta