

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI

Dwi Ayu Febriana¹, Renny Sri Purwanti², Iwan Setiawan³
¹²³Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

iwansetiawan@unigal.ac.id

Abstrak

Berdasarkan identifikasi masalah, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut: 1) Bagaimana Faktor Psikologis Konsumen pada Counter Naga Cell?. 2) Bagaimana Keputusan Membeli pada Counter Naga Cell?. 3) Bagaimana Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Oppo pada Counter Naga Cell? Berdasarkan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1). Faktor Psikologis Konsumen pada Counter Naga Cell. 2). Keputusan Membeli pada Counter Naga Cell. 3) Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Membeli ". Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya. Faktor Psikologis pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja sangat baik. Dilihat dari indikator tertinggi yaitu Keyakinan dan sikap, artinya Konsumen menyukai model tipe handphone OPPO saat ini yang ada di Counter Hp Naga Cell Sidareja. Keputusan membeli pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja sangat baik. Dilihat dari jumlah skor terdapat indikator tertinggi yaitu Keputusan tentang cara pembayaran, artinya cara Counter HP Naga Cell Sidareja menawarkan jasa kredit dengan bekerja sama dengan bidang jasa kredit barang khusus itu membantu konsumen mencapai keinginannya untuk memiliki Hp yang lebih bagus dengan cara kredit. Faktor Psikologis berpengaruh positif terhadap Keputusan membeli pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja . Hasil korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara Faktor Psikologis dengan Keputusan membeli konsumen memiliki hubungan yang kuat, adapun uji hipotesis menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima dan sudah teruji kebenarannya. Semakin baik Faktor Psikologis maka semakin meningkat Keputusan membeli .

Kata Kunci : Faktor psikologis dan minat membeli

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini mengalami peningkatan begitu pesat. Alat komunikasi merupakan bagian terpenting dalam berkomunikasi. Perkembangan alat komunikasi yang begitu pesat memberikan peluang bagi perusahaan telekomunikasi. Perkembangannya saat ini dapat dilihat dengan alat komunikasi berupa handphone. Handphone merupakan alat komunikasi yang saat ini sedang digunakan oleh berbagai kalangan, baik muda ataupun lansia, karena dengan handphone semua bisa berkomunikasi dengan lancar dimana pun dan kapan pun. Handphone tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi via telepon atau SMS, namun konsumen menginginkan lebih sehingga fitur handphone pun semakin beragam. Sejak internet mulai *booming* di Indonesia, internet menjadi fitur yang wajib ada dan berubah menjadi fungsi dalam handphone itu sendiri selain digunakan untuk telepon dan SMS maka tak heran bila handphone dengan harga paling murah wajib memenuhi tiga syarat yaitu dapat digunakan

untuk telepon, SMS, dan internet. Kegunaan dasar yang dimiliki handphone dahulu hanya bisa digunakan untuk berkomunikasi via telepon dan pesan singkat, namun dengan berkembangnya jaman, fitur yang terdapat dalam handphone semakin beragam dan bervariasi, mulai dari layar yang semula hanya berwarna hitam putih sampai yang berwarna-warni lalu dari yang tidak mempunyai fitur kamera menjadi memiliki kamera yang saat ini berkembang semakin baik dari waktu ke waktu. Sejak munculnya teknologi internet, internet menjadi bagian dalam handphone tersebut. Semakin kompleksnya keinginan dan kebutuhan dari konsumen menuntut semua fitur yang terbaru beroperasi dalam satu alat komunikasi. Produk handphone yang berkembang saat ini mulai berkembang menjadi sebuah gadget atau bisa disebut juga dengan *smartphone*. Berkembangnya handphone menjadi *smartphone* dimanfaatkan oleh produsen handphone, banyak produsen handphone yang berbondong-bondong menciptakan *smartphone* dengan fitur yang canggih yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan konsumen saat ini.

Smartphone merupakan sebuah alat komunikasi hasil perkembangan dari telepon rumah yang di dalamnya terdapat fitur yang dirancang mirip seperti yang terdapat pada komputer, misalkan saja penggunaannya bisa menelepon, mengirim pesan teks, mengambil atau mengirim foto dan video, bermain video game, berinteraksi di media sosial, mengakses internet. Semua aplikasi tersebut tentunya dapat digunakan dimanapun dan kapanpun dengan hanya membawa alat komunikasi *smartphone* yang termasuk cukup kecil dan simpel untuk dibawa kemana saja. Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (*handphone*) atau *smartphone* sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun terutama jenis-jenis *smartphone* dengan merek-merek tertentu. Oppo merupakan salah satu merek handphone yang berasal dari negara china. Munculnya *smartphone* merek Oppo saat ini seakan-akan menghapus persepsi masyarakat tentang kualitas *smartphone* china yang sering di perbincangkan. OPPO adalah salah satu produsen *smartphone* yang sedang naik daun di pasar seluler Indonesia, termasuk pesaing baru di pasar seluler, namun pangsa pasarnya sudah tergolong tinggi. Terdapat keunggulan OPPO yaitu produsen yang bergerak ke arah pasar *high-end* namun memiliki harga yang cukup terjangkau, hampir seluruh *smartphone* keluaran OPPO memiliki baterai yang kuat dan tahan lama.

Naga Cell Sidareja hadir demi menunjang kebutuhan hidup masyarakat akan telekomunikasi, terutama telekomunikasi berbasis *mobile*. Counter Hp Naga Cell Sidareja memberikan kemudahan kepada konsumen dengan menjadikan Counter Hp Naga Cell Sidareja sebagai *one stop shopping* untuk konsumen yang membutuhkan telepon genggam. Masalah

desain dari suatu yang menjadi salah satu faktor yang harus mendapatkan perhatian khusus dari tim pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju menuntut masalah desain dari suatu produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Aspek desain dari suatu produk merupakan salah satu bentuk daya tarik terhadap suatu produk. Desain dapat memberikan atribut dalam suatu produk. Perusahaan Oppo saat ini sangat memperhatikan dan terus memperbaiki desain produknya, agar konsumen tidak jenuh. <https://droidpoin.com>.

Permasalahannya adalah keputusan membeli setiap minat beli calon konsumen pasti akan dilatar belakangi oleh faktor yang berbeda diantara calon konsumen yang satu dengan yang lain karena meskipun diberikan informasi iklan yang sama calon konsumen akan memberikan rangsangan persepsi yang berbeda-beda sesuai dengan yang dibutuhkan oleh konsumen. Dengan kondisi tersebut, bagaimana perusahaan Oppo Indonesia harus dapat terus mempertahankan, bahkan meningkatkan penjualannya dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumen melihat persaingan di industry *smartphone* yang semakin ketat. Daya tarik iklan, kualitas produk dan harga yang notabene sangat berkaitan erat dengan menimbulkan minat beli konsumen untuk melihat bagaimana minat konsumen untuk membeli sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli atau menunda untuk membeli atau tidak jadi membeli.

Keputusan membeli mengarah pada suatu proses tindakan yang dilakukan oleh konsumen ketika akan melakukan pembelian suatu produk. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Kondisi tersebut konsumen telah mencapai tahap akhir dalam melakukan pembelian dan terlibat secara langsung dalam mendapatkan barang dan jasa yang di tawarkan. Selanjutnya konsumen akan memilih satu dari beberapa alternatif yang ada untuk memutuskan membeli produk yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dapat melakukan sikap yang akan diambil selanjutnya. Proses pengambilan keputusan pembelian pada setiap konsumen pada dasarnya adalah sama, tetapi proses pengambilan keputusan membeli terbentuk berdasarkan kebutuhan dan keinginan setiap konsumen.

Konsumen atau pelanggan biasanya mempunyai kebiasaan untuk berbagi informasi dengan teman-teman mereka tentang produk-produk yang menurut persepsi mereka mempunyai nilai yang tinggi. Keputusan membeli merupakan hal yang sangat penting. Ada banyak hal yang dapat mempengaruhi keputusan membeli yang dilakukan konsumen.

Perusahaan harus memiliki strategi agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Pada saat ini produk pilihan yang sangat diminati konsumen dan banyak melakukan pembelian yaitu produk ponsel. Salah satu produk ponsel yang terkenal yaitu *smartphone* Oppo. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa dalam keputusan pembelian di Naga Cell untuk produk *smartphone* Oppo masih rendah dan terjadi penurunan setiap bulannya. data penjualan produk *Smaprtrphone Oppo* selama 6 (enam) bulan terakhir dimulai dari Periode Januari hingga Maret 2020. Penjualan oppo Reno 3 pada bulan Januari mencapai 40 unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 35 unit, dan pada bulan Maret juga mengalami penurunan 30 unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 105 Unit. Selanjutnya, penjualan Oppo A9 pada bulan Januari mencapai 39 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 34 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 28 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 88 Unit. Selanjutnya, penjualan Oppo A5 4G pada bulan Januari mencapai 34 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 30 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 28 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 86 Unit. Kemudian, penjualan Oppo A5 3G pada bulan Januari mencapai 27 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 25 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 23 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 77 Unit.

Kemudian, penjualan Oppo A31 pada bulan Januari mencapai 25 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 20 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 18 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 73 Unit. Dan, penjualan Opo A5s pada bulan Januari mencapai 20 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 17 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 15 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 65 Unit. Penjualan Oppo A1K pada bulan Januari mencapai 18 Unit, pada bulan Februari mengalami penurunan menjadi 15 Unit, dan pada bulan Maret kembali mengalami penurunan menjadi 10 Unit sehingga jumlah penjualan dalam 3 bulan mencapai 63 Unit. Pada periode bulan April dan Mei penjualan Smartphone Oppo mengalami penurunan penjualan. Pencapaian target yang seharusnya minimal 100 Unit dapat terjual, di bulan April dan Mei pencapaian target mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor keputusan dalam membeli Smaprtrphone Oppo masih sangat rendah. Faktor psikologis terakhir selanjutnya adalah keyakinan dan sikap. Keyakinan merupakan kepercayaan konsumen terhadap sebuah merek atau produk yang telah

digunakannya. Konsumen akan percaya terhadap sebuah merek apabila ekspektasi sesuai dengan realita yang didapat. Faktor psikologis tersebut memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, sedangkan faktor psikologis yaitu dimana seorang konsumen dalam membeli HP *Smartphone* OPPO di Counter Naga Cell Sidareja masih bersikap ragu – ragu. Faktor-faktor tersebut merupakan pendorong yang mengharuskan setiap perusahaan untuk bisa mengadaptasi dan beradaptasi terhadap setiap perubahan agar dapat tetap eksis, sehingga perubahan yang terjadi tidak merupakan rintangan atau ancaman, tetapi dapat menjadi merupakan peluang untuk mengembangkan usaha dan memperoleh keuntungan yang besar bagi perusahaan tersebut. Faktor psikologis menjadi salah satu penentu dalam proses keputusan pembelian yang akan dilakukan, keputusan pembelian konsumen atas terkait dengan faktor psikologis konsumen. Konsumen yang suka atau bersikap positif terhadap suatu produk cenderung memiliki keinginan yang kuat untuk memilih dan membeli produk yang disukainya tersebut. Sebaliknya, jika konsumen bersikap negatif terhadap suatu produk, konsumen cenderung tidak akan membeli produk itu lagi. Dampak dari rendahnya keputusan membeli pada oppo dapat membuat penjualan di Counter Hp Naga Cell Sidareja juga ikut menurun, solusi untuk Counter Hp Naga Cell Sidareja agar tidak rendah yaitu selalu memberikan harga yang rendah dan juga selalu mengeluarkan merek oppo yang seri terbaru agar konsumen selalu datang dan ingin membeli di Counter Hp Naga Cell Sidareja.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada Counter HP Naga Cell Sidareja, Jawa Tengah dengan judul “**Pengaruh Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Membeli (Pada Counter Hp Naga Cell Sidareja)**”.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu hasil penelitian yang kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulannya.

Pembahasan

Faktor Psikologis pada Counter Hp Naga Cell Sidareja

Psikologi berasal dari bahasa Yunani Kuno: *psyche* = jiwa dan *logos* = kata, dalam arti bebas psikologi adalah ilmu yang mempelajari tentang jiwa/mental. Psikologi tidak mempelajari jiwa/mental itu secara langsung laim Adanya Counter HP Naga Cell Sidareja dipercaya dapat membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dari segi elektronik untuk komunikasi, sebagaimana masyarakat sekarang selalu memerlukan alat komunikasi seperti handphone dari mulai anak-anak sampai orang dewasa memerlukan handphone untuk kebutuhan bisnis, sekolah dan juga lainnya. Berdasarkan hasil penelitian Faktor Psikologis pada Counter HP Naga Cell Sidareja dilihat dari jumlah skor terdapat indikator tertinggi yaitu Keyakinan dan sikap, artinya Counter HP Naga Cell Sidareja sudah berhasil untuk mengambil hati konsumen dengan memberikan infoemasi dan barang yang terbaik yang ada disana . Sedangkan jumlah skor terendah terdapat pada indikator Pembelajaran, artinya artinya Counter HP Naga Cell Sidareja harus meningkatkan pemahamannya baik dari segi pengenalan merek, keinginan konsumen, kebutuhan konsumen dan lain-lain .

Keputusan Membeli pada Counter Hp Naga Cell sidareja

Shiffman dan Kanuk (2007:547), keputusan membeli adalah “pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dalam membuat keputusan, haruslah bersedia menggunakan beberapa alternatif pilihan yang telah ditentukan”. Keputusan membeli merupakan kegiatan membeli barang atau jasa melalui proses pemikiran yang kompleks yang terjadi didalam diri. Melalui proses pemikiran yang kompleks tersebut konsumen akan mengevaluasi dan memilih pilihan yang terbaik. Keputusan membeli didasari oleh keinginan konsumen dan kepuasan konsumen atas suatu produk, tugas para pelaku usaha adalah meyakinkan konsumen untuk membeli produknya dengan acara menawarkan dan juga menjelaskan setiap detail produk. Berdasarkan hasil penelitian Keputusan membeli pada Counter HP Naga Cell Sidareja dilihat dari jumlah skor terdapat indikator tertinggi yaitu Keputusan tentang cara pembayaran, artinya cara Counter HP Naga Cell Sidareja dinilai baik dan juga mampu membuat konsumen merasa puas dengan adanya metode pembayaran yang disediakan perusahaan. Sedangkan jumlah skor terendah terdapat pada indikator Keputusan tentang waktu pembelian, artinya di Counter HP Naga Cell Sidareja memerlukan even-even besar atau bazar untuk menaikkan konsumen untuk membeli produknyadan dari segi harga bisa lebih sedikit diturunkan .

Pengaruh Faktor Psikologis dan Keputusan Membeli pada Counter Hp Naga Cell sidareja

Karena seringkali perilaku dari konsumen dipengaruhi dari faktor psikologi yang secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam hal pengambilan keputusan pembelian. Kemampuan dalam menganalisa sikap keputusan pembelian konsumen berarti keberhasilan di dalam menyelami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Faktor psikologi adalah salah satu faktor yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor psikologis konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan serta sikap dan keyakinan dalam kaitannya dengan pembelian suatu produk. keputusan membeli adalah “pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dalam membuat keputusan, haruslah bersedia menggunakan beberapa alternatif pilihan yang telah ditentukan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, hasil koefisien korelasi *Rank Spearman* menunjukkan bahwa hubungan antara Faktor Psikologis dengan Keputusan membeli konsumen memiliki hubungan yang sangat kuat, dan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor Psikologis dengan Keputusan membeli pada Counter HP Naga Cell Sidareja. Dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang diajukan yaitu terdapat pengaruh antara Faktor Psikologis terhadap Keputusan membeli konsumen.

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulannya adalah sebagai berikut: Faktor Psikologis pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja sangat baik. Dilihat dari indikator tertinggi yaitu Keyakinan dan sikap, artinya Konsumen menyukai model tipe handphone OPPO saat ini yang ada di Counter Hp Naga Cell Sidareja. Keputusan membeli pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja sangat baik. Dilihat dari jumlah skor terdapat indikator tertinggi yaitu Keputusan tentang cara pembayaran, artinya cara Counter HP Naga Cell Sidareja menawarkan jasa kredit dengan bekerja sama dengan bidang jasa kredit barang khusus itu membantu konsumen mencapai keinginannya untuk memiliki Hp yang lebih bagus dengan cara kredit. Faktor Psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan membeli pada konsumen Counter HP Naga Cell Sidareja. Hasil korelasi menunjukkan bahwa hubungan antara Faktor Psikologis dengan Keputusan membeli konsumen memiliki hubungan

yang kuat, adapun uji hipotesis menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} artinya hipotesis dalam penelitian ini diterima dan sudah teruji kebenarannya. Semakin baik Faktor Psikologis maka semakin meningkat Keputusan membeli .

Daftar Pustaka

- Buchory, Achmad Herry dan Saladin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran:Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya;
- Budianto, Apri. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak;
- _____. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak;
- Darmawi, H. 2014. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.Syamsudin 2017;
- Engel, Blackwell, Miniard. 2001. *Consumer Behavior 9th Edition*. Ohio: South Westrn;
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu;
- Hanna, Nessim. Wozniak, Richard. (2001) *Consumer Behavior: An Applied Approach*. (2th Edition). New Jersey: Prentice Hall;
- Handoko, T. Hani. 2009, manajemen, Cetakan Duapuluh, Yogyakarta : penerbit BPEE;
- Hasibuan, Malayu. 2012. “Manajemen Sumber daya Manusia”. Jakarta:PT Bumi Aksara;
- _____. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara;
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2011. *Manajemen Operasi, Edisi Sembilan, Buku Dua, Diterjemahkan oleh Chriswan Sungkono*. Jakarta: Salemba Empat;
- Irawan & Wijaya, Farid. 2000. PEMASARAN Prinsip dan Kasus. Edisi Kedua. BPFE : Yogyakarta.