

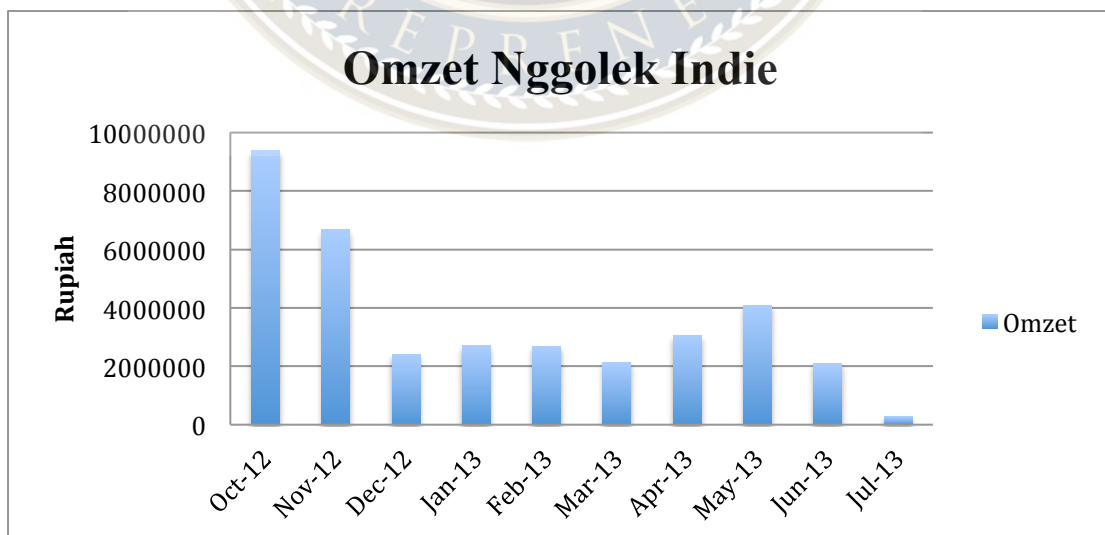
## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Nggolek Indie adalah sebuah perusahaan yang didirikan pada awal tahun 2012, yang bergerak dalam bidang fesyen dengan tema “*Culture of every country*”. yang mengadopsi budaya – budaya tersebut menjadi produk Nggolek Indie. Nggolek Indie didirikan oleh 4 orang yang masing – masing memiliki tugas dan tanggung jawab masing – masing. Saat ini perusahaan belum memiliki pegawai dan melakukan kerja sama dengan pengerajin di Bojonegoro sehingga semua kegiatan perusahaan kecuali produksi, dilakukan oleh *owner* sendiri. Dalam perjalanannya Nggolek Indie mengalami penjualan yang fluktuatif dapat dilihat dalam grafik berikut :

**Gambar 1.1**  
**Grafik Omzet Penjualan Nggolek Indie**



Sumber : Data Internal Olahan

Keadaan penjualan tersebut dikarenakan beberapa faktor seperti kurangnya minatnya beberapa konsumen terhadap desain – desain Nggolek Indie atau kurang tepatnya kegiatan promosi sehingga kurang memotivasi konsumen untuk membeli. Target konsumen Nggolek indie adalah remaja wanita, usia 16 – 21 tahun yang tinggal di beberapa kota besar di Indonesia. Nggolek Indie memiliki beberapa konsumen yang setia. Berikut adalah beberapa komentar dari konsumen :

**Tabel 1.1**  
**Komentar konsumen Nggolek Indie**

No	Nama	Komentar	Variabel Indikator
1	Ditha (Surabaya)	“Lihat teman pake cincinya, jadi ikutan beli cincin kamu”	- Keinginan untuk diterima komunitas
2	Amel (Bojonegoro)	“Aku suka produk – produk etnik kayak produk cincinnya, desain – desainnya lucu unik”	- Persepsi desain produk - Perasaan suka terhadap produk
3	Dewi (Surabaya)	“Aku beli cincinya pas pameran, di kasih tau sama temen tentang cincin kamu, dia udah pernah beli, trus aku ikutan beli”	- Pengalaman orang lain - Keinginan untuk diterima komunitas
4	Lisa (Surabaya)	“Kalau menurut aku, produk Nggolek Indie itu kreatif ya, desain produknya unik, aku nda pernah ada masalah selama ngambil produk kalian”	- Pengalaman pribadi - Persepsi merek - Persepsi desain produk
5	Mia S (Denpasar)	“Produknya cocok buat di pake aksesoris pas lagi pemotretan, bentuknya besar sama desainnya cocok”	- Kebutuhan akan produk

Sumber : Data olahan (2013)

Tabel 1.1 merupakan komentar mengenai latar belakang konsumen dalam memilih produk Nggolek Indie. Dalam tiap komentar, terdapat indikator – indikator yang merupakan bagian dari faktor psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap yang secara lengkap dapat dilihat dalam **lampiran k definisi operasional**. Faktor psikologis yang merupakan bagian dari pengaruh lingkungan dimana seseorang tinggal dan hidup pada waktu sekarang

tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang, (Kotler & Keller, 2009 : 176).

Faktor psikologis adalah faktor utama dan mendasar yang timbul dari dalam diri konsumen yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Perilaku konsumen seringkali dipengaruhi dari faktor psikologis yang secara langsung atau tidak dapat mempengaruhi perilaku konsumen saat itu juga dalam melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis berusaha mengetahui pengaruh perilaku konsumen dari sisi psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap dalam melakukan keputusan pembelian produk Nggolek Indie. Dari uraian tersebut penelitian ini akan menggunakan judul **“Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nggolek Indie”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh secara simultan faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie?
2. Apakah ada pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie?
3. Apakah ada pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie?

4. Apakah ada pengaruh pembelajaran terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie?
5. Apakah ada pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk Nggolek Indie.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Nggolek Indie.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh persepsi terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Nggolek Indie.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh pembelajaran terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Nggolek Indie.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh Sikap terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk Nggolek Indie.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat – manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie. Hasil dari

penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan masukan dalam bisnis Nggolek Indie agar nantinya dapat menentukan strategi yang sesuai dilihat dari pengaruh psikologi konsumen.

2) Manfaat teoritis

- a. Diharapkan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya yang membahas atau mengkaji pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pembelian pada produk tersebut.
- b. Hasil penelitian ini dapat menambah pembendaharaan dari perpustakaan Universitas Ciputra dan yang nantinya data berguna bagi dosen dan mahasiswa yang hendak melakukan penelitian lanjutan serta sebagai referensi dan bahan pembelajaran.

### **1.5 Batas Lingkup Penelitian**

Berikut ini merupakan batasan – batasan dalam penelitian yang akan dilakukan :

- 1) Penelitian ini difokuskan pada pengaruh motivasi, persepsi, pembelajaran, dan sikap terhadap keputusan pembelian produk Nggolek Indie.
- 2) Produk yang diteliti adalah produk cincin Nggolek Indie
- 3) Subyek penelitian adalah konsumen Nggolek Indie periode Oktober 2012 – Desember 2013.
- 4) Penelitian ini hanya membahas pengaruh faktor psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian.