

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL MODERN
(Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya)**



Disusun Oleh:

**NURWANTI
NIM 01101001077
MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih
Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

TAHUN 2015

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL MODERN
(Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya)

Disusun Oleh :

Nama : NURWANTI
NIM : 01101001077
Fakultas : EKONOMI
Jurusan : MANAJEMEN
Bidang Kajian/Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing,

Tanggal, 4 Februari 2015 Pembimbing I :

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Tanggal 13 Februari 2015 Pembimbing II:

Hj. Nofiawaty, SE, M.M
NIP. 196911081994012001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL MODERN
(Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya)

Disusun Oleh :

Nama : NURWANTI

NIM : 01101001077

Fakultas : EKONOMI

Jurusan : MANAJEMEN

Bidang Kajian/Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 12 Maret 2015 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif

Inderalaya, 15 Maret 2015

Ketua

Anggota

Anggota

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A Hj. Nofiawaty, SE, M.M Drs. H. Islahuddin Daud, M.M
NIP. 195707141984031005 NIP. 196911081994012001 NIP. 195306241984031001

Mengetahui,

Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A

NIP. 195707141984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : NURWANTI
NIM : 01101001077
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul : ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL MODERN (Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya)

Pembimbing :

Ketua : Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
Anggota : Hj. Nofiawaty, S.E, M.M

Tanggal Ujian : 12 Maret 2015

Adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 16 Maret 2015

Pembuat Pernyataan,

NURWANTI

NIM. 011010011077

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Ritel Modern (Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya). Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di Alfamart. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. ALLAH SWT, atas segala karunia dan petunjukNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Prof. Dr.Badia Parizade, M.B.A, selaku Rektor Universitas Sriwijaya
3. Bapak Prof. Dr. H. Taufiq Marwa, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Dosen Pembimbing Pertama Bapak Dr. Zakaria Wahab, M.B.A yang juga Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Dosen Pembimbing kedua Ibu Hj. Nofiawaty, S.E., M.M yang telah mengorbankan waktu, tenaga,pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Welly Nailis, S.E, M.M, selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Reza Ghasarma, S.E, MM, MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan nasehat dalam mengikuti perkuliahan.

7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi atas segala bantuan selama perkuliahan.
8. Kedua Orang Tua saya yang hebat Bapak SISWANTO dan Ibu ASNI, yang tak hentinya memberikan semangat dan dukungan, nasehat dan doa yang tiada hentinya. Serta Kedua Adik saya yang istimewa, Alga Wanas dan Anggun Utami.
9. Teman-Temen di Fakultas Ekonomi yang selalu ada dan berjuang bersama-sama dalam menuntut ilmu.
10. Seseorang yang spesial yang uda membantu dan selalu menyemangatin saya dalam segala hal.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkannya dan semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, Aamiin Yarobbal'amin.

Palembang, Februari 2015

Penulis

ABSTRAK

Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Ritel Modern (Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya).

Oleh:

NURWANTI

Bisnis ritel modern kian berkembang saat ini, semua ini mempengaruhi faktor-faktor perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis menjadi faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, perusahaan harus mengetahui seberapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah menguji apakah ada pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian di Alfamart Kecamatan Indralaya. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengunjung Alfamart di Kecamatan Indralaya. Pengujian dan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS dan Uji instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian penelitian menggunakan uji t, dan uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial faktor budaya mempengaruhi keputusan pembelian dan secara simultan faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis mempengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci : Faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan keputusan pembelian.

Ketua,

Anggota,

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Hj. Nofiawaty, S.E, MM
NIP. 196911081994012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT

**Analisis Of Cultural, Social, Personal, And Psychological On Purchasing
Decisions In Modern Retail (Studies On The Visitors In The District
Alfamart Indralaya)**

By:

Nurwanti

Modern retail business is getting develop now, it influences the factors of consumers' attitudes in making decision of purchase. Cultural, sosial, personal and psychological become factors that influence the purchase decision. Therefore, companies need to know how big the influence of cultural, social, personal and psychological for the company to meet the needs of consumers. The purpose of this study was to test whether is there the influence of cultural, social, personal, and psycological on purchasing decisions in the sub-district Alfamart Indralaya. This research was conducted with patience questionnaires to visitors in the district Alfamart Indralaya. Testing and processing using SPSS software and test instrument validity and reliability test. Research testing using T test dan F test. The results showed that partialy cultural factor influencing purchasing decisions simultaneously and cultural factors, social, personal and psychological influence purchasing decisions.

Keywords : Cultural factors, sosial Factors, personal factors, psychological factors and purchasing decisions.

Ketua,

Anggota,

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

Hj. Nofiawaty, S.E, MM
NIP. 196911081994012001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : NURWANTI

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat / Tanggal Lahir : Air Batu, 12 November 1992

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat Rumah (Orangtua): Jl. Palembang-Betung Km.18 RT 014 RW 003
Lk.II Desa Sukamoro Kecamatan Talang
Kelapa Kabupaten Banyuasin, Sumatera
Selatan

Alamat Email : wantiyoi@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD Negeri 6 Sukamoro

SMP : SMP Negeri 1 Talang Kelapa

SMU : SMA Negeri 1 Talang Kelapa

Pendidikan Non Formal : -

Pengalaman Organisasi : IKAMMA, EIT, BEM FE

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Perilaku Konsumen	10
2.1.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	11
2.1.2.1 Faktor Budaya	11
2.1.2.2 Faktor Sosial	12
2.1.2.3 Faktor Pribadi	13
2.1.2.4 Faktor Psikologis	15
2.1.3 Pengambilan Keputusan	16
2.1.3.1 Pengenalan Masalah	17
2.1.3.2 Pencarian Informasi	17
2.1.3.3 Evaluasi Alternatif	17
2.1.3.4 Keputusan Pembelian	18
2.1.3.5 Perilaku Pasca Pembelian	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	23
3.2 Rancangan Penelitian	23
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	23
3.3.1 Sumber Data	23
3.3.2 Teknik pengumpulan Data	24
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	26
3.5.1 Definisi Operasional.....	26
3.5.2 Pengukuran Variabel Penelitian	27
3.6 Instrumen Penelitian	29
3.7 Uji Instrumen Penelitian	29
3.8 Teknik Analisis Data	31
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34

4.1.1	Profil Minimarket Alfamart (PT. Alfaria Trijaya)	34
4.1.2	Visi, Misi, Motto, Budaya dan Profil kartu AKU	35
4.1.3	Prestasi Alfamart	38
4.1.4	Struktur Organisasi	41
4.2	Karakteristik Responden	42
4.2.1	Jenis Kelamin Responden	42
4.2.2	Umur Responden	43
4.2.3	Pekerjaan Responden	43
4.2.4	Rata-Rata Pengeluaran Tiap Bulan Responden	44
4.3	Uji Instrumen Penelitian	45
4.3.1	Uji Validasi	45
4.3.2	Uji Reliabilitas	47
4.4	Deskripsi Data	47
4.4.1	Faktor Budaya	48
4.4.2	Faktor Sosial	49
4.4.3	Faktor Pribadi	49
4.4.4	Faktor Psikologis	50
4.4.5	Keputusan Pembelian	51
4.5	Analisis Data	52
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian	56
4.6.1	Pengaruh Faktor Budaya dengan Keputusan Pembelian Konsumen	56
4.6.2	Pengaruh Faktor Sosial dengan Keputusan Pembelian Konsumen	57
4.6.3	Pengaruh Faktor Pribadi dengan Keputusan Pembelian Konsumen	57
4.6.4	Pengaruh Faktor Psikologis dengan Keputusan Pembelian Konsumen	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Saran	61
	Daftar Pustaka	62
	Lampiran-Lampiran	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan paradigma pengelolaan ritel tradisional dan ritel modern	2
Tabel 1.2	Jumlah Penduduk Kecamatan Indralaya	4
Tabel 3.1	Skala Pengukuran Likert.....	28
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Usia	43
Tabel 4.3	Pekerjaan	44
Tabel 4.4	Rata-Rata Pengeluaran Sebulan	44
Tabel 4.5	Uji Validitas	46
Tabel 4.6	Reliability Statistics	47
Tabel 4.7	Persentase Hasil Kuesioner	48
Tabel 4.8	<i>Coefficients</i>	52
Tabel 4.9	Perbandingan Nilai T hitung dengan T tabel	53
Tabel 4.10	Anova	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sumatera Selatan merupakan salah satu Provinsi berkembang di Indonesia. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Sumatera Selatan (2014), jumlah penduduk Sumatera Selatan mencapai 8.528.719 jiwa pada tahun 2013 meningkat dari tahun 2012 yaitu 7.701.528 jiwa. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk tersebut, maka kebutuhan akan barang dan jasa pun meningkat. Meningkatnya kebutuhan akan barang dan jasa ini menjadi daya tarik para pelaku bisnis ritel untuk mengembangkan bisnis di wilayah Sumatera Selatan.

Bisnis ritel merupakan “bagian dari saluran distribusi yang memegang peranan penting dalam rangkaian kegiatan pemasaran barang dan jasa dan merupakan perantara dan penghubung antara kepentingan produsen dan konsumen” (Christina Whidya Utami,2012). Bisnis ritel adalah penjualan barang dan jasa langsung kepada konsumen terakhir dan bukan untuk kepentingan bisnis dengan memberikan upaya terhadap penambahan nilai terhadap barang dan jasa tersebut.

Perkembangan bisnis ritel pada saat ini mengalami perubahan dan perkembangan yang menuntut ritel untuk mengubah paradigma pengelolaan ritel tradisional menuju paradigma pengelola ritel modern. Paradigma ritel tradisional merupakan pandangan yang menekankan pengelola ritel tradisional lebih

menekankan hal yang dapat disiapkan tetapi kurang fokus pada bagaimana kebutuhan dan keinginan konsumen dipahami dan dipenuhi. Sedangkan paradigma pengelola ritel modern, menekankan pengelolaan ritel dengan pendekatan modern dimana pengelolaan lebih ditekankan dari sudut pemenuhan kebutuhan konsumen yang menjadi pasar sarannya. Pada tabel 1.1 terdapat perbedaan paradigma pengelolaan ritel tradisional dan paradigma pengelolaan ritel modern.

Tabel 1.1
Perbedaan paradigma pengelolaan ritel tradisional dan ritel modern

Paradigma ritel tradisional	Paradigma ritel modern
Kurang memilih lokasi	Pemilihan lokasi sangat diperhatikan
Tidak memperhitungkan potensi pembeli	Potensi pembeli diprediksi dan terus dievaluasi
Jenis barang dagangan tidak terarah	Jenis barang dagangan terfokus dan disesuaikan dengan target pasar
Tidak ada seleksi merek	Seleksi merek barang dagangan ketat
Kurang memperhatikan pemasok	Ketat melakukan seleksi terhadap pemasok
Pencatatan penjualan sangat sederhana	Penjualan dicatat dan dipelajari
Keuntungan per produk tidak dievaluasi	Keuntungan per produk dievaluasi untuk menetapkan strategi bauran ritel
Melayani hutang	Penjualan secara tunai atau dengan kartu kredit
Kurang memperhatikan efisiensi	Sangat memperhatikan efisiensi
Arus kas tidak terencana	Arus kas sangat terencana
Keuangan tercampur dengan keuangan keluarga	Keuangan terpisah jelas dengan keuangan keluarga
Pengembangan bisnis tidak terencana	Pengembangan bisnis terencana

Sumber: Christina Whidya Utami, 2012

Pada saat ini telah terjadi pergeseran paradigma pengelolaan ritel tradisional menuju pengelolaan ritel modern. Pergeseran ini terjadi dikarenakan pola perilaku berbelanja konsumen yang sedikit demi sedikit berubah, sehingga

pelaku bisnis ritel harus aktif dalam merespon untuk dapat mempertahankan usahanya dalam waktu panjang.

Perkembangan bisnis ritel modern saat ini dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi di masyarakat. Jumlah pendapatan masyarakat menjadi salah satu faktor penyebab berkembangnya bisnis ritel modern. Hal ini menyebabkan perubahan daya beli dan gaya hidup di masyarakat. Konsumen atau masyarakat yang biasanya hanya mementingkan barang kebutuhan yang tersedia kini telah berubah dengan bertambahnya kebutuhan yang mementingkan kenyamanan, kebersihan dan keamanan dalam berbelanja.

Salah satu bisnis ritel modern yang berkembang saat ini adalah *minimarket*. *Minimarket* adalah toko yang menjual segala barang dan makanan, berukuran antara 100 m² s/d 999 m² yang menerapkan sistem dimana pembeli mengambil sendiri barang yang akan dibeli di rak dan membayarnya dimeja kasir atau konsep swalayan dalam skala kecil.

Minimarket kian populer dikalangan masyarakat karena kemunculannya yang sangat cepat dan berada dekat dengan permukiman masyarakat. *Minimarket* menyediakan barang dan makanan yang dibutuhkan oleh konsumen tanpa harus jauh-jauh pergi ke tempat yang lain. Persaingan *minimarket* saat ini sangat ketat, mereka dalam hal ini pemasar *minimarket* harus menciptakan dan mempertahankan pelanggan agar dapat bersaing dengan ritel lainnya.

Pemasaran *minimarket* yang berorientasi pada konsumen akan selalu mempelajari dan mencermati perilaku konsumen. Menurut Diah Natalisa (2007)

“Perilaku Konsumen adalah ilmu yang mempelajari bagaimana individu membuat keputusan untuk menghabiskan sumberdaya yang dimilikinya (waktu, uang, bisnis) dalam konsumsi”.

Perilaku konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk menarik dan mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perbisnisan, karena memahami perilaku konsumen dapat memberi petunjuk mengenai bagaimana cara memenuhi kebutuhan dan keinginan yang diinginkan konsumen. Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial dan psikologis. Sebagian besar faktor-faktor ini tidak dapat dikendalikan oleh pemasar *minimarket*, tetapi dapat diperhitungkan. Pemasar harus mengendalikan keempat faktor ini untuk dapat mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen guna menyusun strategi pemasaran yang akan digunakan.

Pemasar harus mengikuti perubahan konsumen dalam hal ini masyarakat mengalami perubahan pola hidup seiring dengan berkembangnya teknologi dan kemampuan hidup. Salah satu perubahan pola hidup masyarakat terjadi di Kecamatan Indralaya yang merupakan salah satu Kecamatan di Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan dengan jumlah penduduk yang meningkat setiap tahunnya .

Tabel 1.2. Jumlah Penduduk Kecamatan Indralaya

2008	2009	2010	2011	2012	2013
43.591 jiwa	44.301 jiwa	44.585 jiwa	45.521 jiwa	46.342 jiwa*	47.121 jiwa**

Sumber: www.oganilirkab.go.id (diolah)

Jumlah penduduk di Kecamatan Indralaya salah satunya dipengaruhi oleh adanya Universitas Sriwijaya sebagai Perguruan Tinggi Negeri yang ada di Sumatera Selatan yang berjarak 32 km dari Kota Palembang. Mayoritas masyarakatnya merupakan mahasiswa yang berasal dari Provinsi Sumatera Selatan dan Provinsi lainnya di Indonesia. Mahasiswa banyak memilih tinggal dekat dengan kampus mereka karena faktor kebutuhan untuk menuntut ilmu.

Kebutuhan yang tinggi dan pola hidup modern para mahasiswa berdampak pula bagi masyarakat, pendapatan masyarakat kian meningkat dengan adanya lingkungan pendidikan ini. Meningkatnya pendapatan sebagian besar masyarakat Kecamatan Indralaya menjadi daya tarik perbisnisan ritel modern atau *minimarket* modern untuk berkembang di daerah ini salah satunya adalah Alfamart.

Alfamart menjadi salah satu ritel modern dengan skala ukuran *minimarket* yang memberikan pelayanan dan kenyamanan pada masyarakat dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari di Kecamatan Indralaya. Jumlah gerai Alfamart dari tahun 2010 hingga tahun 2013 ada 15 gerai tersebar di Kecamatan Indralaya. Untuk mempertahankan dan mengembangkan perbisnisan *minimarket* Alfamart di Kecamatan Indralaya, pihak pemasar harus mengetahui perilaku konsumen dalam pemilihan pembelian di Alfamart. Serta mengetahui pengaruh faktor-faktor budaya, ekonomi, sosial dan psikologis terhadap keputusan konsumen Alfamart dalam memilih Alfamart sebagai tempat berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari.

Faktor budaya adalah faktor mendasar dalam pembentukan norma-norma yang dimiliki seseorang yang kemudian membentuk atau mendorong keinginan dan perilakunya menjadi seorang konsumen di Alfamart. Faktor sosial merupakan

faktor yang memberikan prestise atau penghargaan dari sekelompok orang atau masyarakat setelah berbelanja di Alfamart.

Keputusan pembelian di Alfamart juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi atau faktor pribadi. Faktor pribadi yang timbul dari dalam diri yang merupakan kemampuan yang mendorong untuk dapat berbelanja atau menjadi konsumen Alfamart, karena faktor ini meliputi usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta nilai dan gaya hidup pembeli. Kemudian faktor psikologis, faktor yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa di Alfamart didasarkan pada motivasi, persepsi, kepercayaan, dan perilaku serta proses pembelajaran yang diterima dari orang lain yang telah menjadi konsumen di Alfamart.

Dari uraian diatas, peneliti akan melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen di Alfamart. penelitian ini diberi judul “ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RITEL MODERN (Studi pada Pengunjung Alfamart Di Kecamatan Indralaya)”.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah yaitu :

1. Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya ?
2. Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya?
3. Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya ?
4. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya?
5. Apakah faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya

4. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian konsumen Alfamart di Kecamatan Indralaya

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berguna antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu menambah wawasan serta lebih memahami teori - teori yang didapatkan selama proses perkuliahan yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi Almamater, penelitian ini dapat manambah referensi yang ada dan dapat digunakan oleh semua pihak yang membutuhkan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terutama dalam mengembangkan ilmu manajemen pemasaran.

- b. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan kepustakaan yang merupakan informasi tambahan yang berguna bagi pembaca dan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak - pihak yang ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.

- c. Bagi objek penelitian “Alfamart”, memberikan informasi tambahan dan pemahaman kepada pihak manajemen Alfamart tentang konsumennya dan perkembangan ritel di Kecamatan Indralaya.

BAB II

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Andy Faisal. 2012. Analisis pengaruh Faktor budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Semen Gresik di Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Apriando, Dadang. 2011/2012. Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam memilih Jasa Futsal di Palembang. *Skripsi*, Universitas Sriwijaya, Palembang.
- Badan Pusat Statistik. 2012. Diambil pada tanggal 20 Januari 2014 dari <http://sumsel.bps.go.id/site/content/108>
- Departemen Keuangan. 2010. Diambil pada tanggal 3 September 2014 dari http://www.fiskal.depkeu.go.id/2010/adoku//2013/kajian/pkem/sumatera_selatan.pdf
- Haliana, Novel. 2008. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie”. *Skripsi*. Universitas Gunadarma. Jakarta Timur.
- Hidayati. 2011. Pengaruh Kebudayaan dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ritel Modern (studi pada pengunjung Alfamart di Kelurahan Ngaglik Kota Batu). *Skripsi*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Edisi 13. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks

- Kotler, Philip and Gery Armstrong. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e, Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, Philip and Gery Armstrong. 2008. *Dasar-dasar Pemasaran Principles of Marketing 7e, Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Lovelock, Christopher. H dan Wright, Lauren.K.2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks.
- Mowen, John C. & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. edisi kelima. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, John C. & Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. edisi kelima. Jakarta : Erlangga.
- Pemkab Ogan Ilir.2012. Diambil pada tanggal 2 November 2013 dari <http://www.oganilirkab.go.id/index.php/profil-16-kecamatan/21-kecamatan-indralaya>
- Potret Bisnis Di Indonesia. 2012. Diambil pada tanggal 3 September 2014 https://www.academia.edu/1069998/Potret_Bisnis_Ritel_Di_Indonesia_Pasar_Modern
- Prasetijo, Ristiyanti & John. JOI Ihalaw. 2006. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Profil Industri. 2011. Diambil pada tanggal 3 September 2012 dari <http://www.datacon.co.id/Ritel-2011ProfilIndustri.html>
- Ruzid. 2012. *Easy & Fun Belajar Statistik SPSS*. Jakarta. PalComTech Publisher.
- Sciffman, Leon & Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi ketujuh. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :cv ALFABETA.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen:Teori dan penerapannya dalam Pemasaran*, Cet, 1 Ed. 2. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Edisi pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Utami, Christina Widhya. 2006. *Manajemen Ritel : Strategi dn Implementasi Ritel Modern*. Jakarta : Salemba Empat.