

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan

Wiwini Safitri Nasution, Riandani Rezki Prana

Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma

Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen

wiwinsafitri.28@gmail.com, riandanirezki@yahoocoinc.id

Abstrak, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa tahun ajaran 2015/2017. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* dimana teknik ini *Random Sampling* menggunakan pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam satu populasi di jadikan sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear sederhana, pengujian hipotesis menggunakan proses uji koefisien determinasi (R^2), uji parsial untuk mengelolah data menggunakan proses SPSS. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dan keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang bersignifikan dan mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu keputusan pembelian pada STIM Sukma Medan, ada pun faktor yang mempengaruhi antara lain faktor eksternal dimana adanya faktor kebudayaan, sosial, ekonomi dan keluarga, dan sedangkn faktor internal dimana adanya faktor motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan dan kepribadian.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, STIM Sukma Medan

Pendahuluan

Latar Belakang Masalah Banyaknya peminat terhadap perguruan tinggi swasta tertentu menjadi bahan kajian penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta tertentu. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi swasta di Medan, adapun faktor-faktor yang dianalisis meliputi faktor kelompok referensi, biaya, lokasi, program, kunjungan kampus, reputasi perguruan tinggi, informasi karir, dan periklanan. selain itu faktor lain dari penelitian ini adalah dimana adanya faktor keterpaksaan yang ternyata tidak di terima di perguruan negeri dan akhirnya masuk ke swasta, ada juga faktor ikut-ikutan teman, dan ada juga faktor tentang keinginan orang tua, dan juga dengan faktor keinginan sendiri karena suka dengan jurusanannya. Keputusan mahasiswa dalam menentukan pilihannya merupakan bagian dari apa yang disebut perilaku konsumen. Perilaku konsumen sendiri dalam mengambil keputusan secara umum dapat dipengaruhi beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut yang harus dipahami oleh penyelenggara pendidikan agar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumennya (calonmahasiswa) sehingga pada akhirnya berdampak pada kuantitas dan kualitas

mahasiswa yang diterimanya. Penelitian yang dilakukan oleh Artini dkk (2014) yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pendidikan Ganesha Sebagai Tempat Kuliah menyatakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Uniska sebagai tempat kuliah, yaitu (1) faktor lingkungan internal yang mencakup produk, harga, promosi, orang, dan proses, (2) faktor lingkungan eksternal yaitu kelompok acuan, kemauan sendiri, dan keluarga. Penelitian yang dilakukan oleh Prabowo Dkk (2013) yang berjudul Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Program S1 Dalam Memilih Jurusan Pada Universitas, menyatakan Hasil penelitian ini adalah 1) lingkungan eksternal yang terdiri dari kelompok acuan (teman dan keluarga) dan peran/status tidak signifikan pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi, 2) lingkungan internal yang terdiri dari pencapaian sasaran, motif lain, persepsi (target dan situasi), serta pembelajaran (informasi dan sikap) berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi, 3) lingkungan eksternal dan lingkungan internal secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayah dkk(2013), yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Pada Fakultas Ekonomi Uniska menyatakan bahwa pengaruh karakteristik individu, bauran pemasaran, variabel psikologis, organisasi, dan kepemimpinan pada keputusan siswa memilih fakultas.

Penelitian ini dilakukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen (STIM) Sukma Medan, salah satu institusi pendidikan perguruan tinggi swasta beralamat di Jl. SaktiLubis No. 80 Simpang Limun Medan, yang berfokus pada bidang manajemen. Institusi ini berdasar sejak tahun 2000 dan memiliki dua program studi yaitu manajemen untuk Strata Satu (S1) dan manajemen perkantoran untuk Diploma (D3). Konsentrasi bidang keahlian untuk Strata Satu (S1) yaitu manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen informatika komputer, dan manajemen pariwisata, untuk Diploma (D3) yaitu manajemen perkantoran. Peningkatan jumlah mahasiswa tidaklah begitu signifikan, dibandingkan dengan kegiatan program promosi yang sudah gencar dilakukan. Juga dengan mahasiswa yang terdaftar, hampir 50% untuk setiap tahunnya tidak begitu aktif dikarenakan banyak mahasiswa yang tidak semua sampai keakhir semester karena kebanyakan putus ditengah jalan di sebabkan oleh beberapa hal yang belum bisa di ketahui apa penyebabnya, atau pun bisa jadi faktor ekonomi dan lain lain, setelah itu kurangnya pengetahuan masyarakat tentang STIM Sukma, walaupun perguruan tinggi swasta ini telah lama berdiri.

Metode Penelitian

Dalam penelitian terdapat dua sumber data yang dapat dipakai yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data yang digunakan yaitu: Data internal yaitu data yang didapat dari tempat penelitian seperti jumlah seluruh mahasiswa, struktur organisasi dan sejarah perguruan tinggi. Data eksternal adalah data yang didapat dari luar tempat penelitian seperti internet, buku dan

perpustakaan Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah random sampling. Random sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota yang ada dalam satu populasi dijadikan sampel. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik slovin. Dengan jumlah populasi 168 orang dan perkiraan tingkat kesalahan 5% maka di dapat jumlah sampelnya sebanyak 118 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian dan uji yang di lakukan bahwa indikator yang menyatakan banyak memilih setuju yaitu indikator faktor keluarga, faktor motivasi ,faktor persepsi dan faktor pembelajaran. dimana banyak yang mendukung faktor-faktor tersebut. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian terbukti valid setelah melewati tahap analisis validitas dan realibilitas dengan hasil analisis validitas menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel perilaku konsumen dari hasil uji spss sebesar 6.69 lebih besar dari t tabel 19,74 dan nilaisignifikan 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05, sehingga H0 diterima dan H1 ditolak artinya bahwa parsial variabel perilaku konsumen berpengaruh terhadap positifnya dan signifikannya keputusan pemelian pada STIM Sukma Medan. Dari hasil koefisien determinasi (R²) memperlihatkan bahwa variabel perilaku konsumen mampu menjelaskan yang terjadi pada keputusan pembelian pada STIM Sukma Medan dan hasilnya dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R²) yang di peroleh sebesar 27,8% sedangkan sisanya 72,2%. Hasil memberikan gambaran yang jelas kepada semua pihak yang berkepentingan bahwa perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Uji Validitas dan Realibilitas

Uji validitas digunakan untuk melihat ketepatan instrument yang digunakan dalam penelitian. Instrument dikatakan valid jika nilai rhitung > rtabel. Hasil validitas dari setiap instrument variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 1: Validitas intrumen variabel perilaku konsumen

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	rhitung	rtabel	
perilaku konsumen 1	0.304	0.333	Valid
perilaku konsumen 2	0.304		Valid
perilaku konsumen 3	0.279		Valid
perilaku konsumen 4	0.062		Valid
perilaku konsumen 5	0.005		Valid

perilaku konsumen 6	0.315	Valid
perilaku konsumen 7	0.488	Valid
perilaku konsumen 8	0.350	Valid
perilaku konsumen 9	0.402	Valid
perilaku konsumen 10	0.459	Valid
perilaku konsumen 11	0.619	Valid
perilaku konsumen 12	0.566	Valid
perilaku konsumen 13	0.724	Valid
perilaku konsumen 14	0.532	Valid
perilaku konsumen 15	0.538	Valid
perilaku konsumen 16	0.556	Valid
perilaku konsumen 17	0.527	Valid
perilaku konsumen 18	0.520	Valid
perilaku konsumen 19	0.561	Valid

Dari table diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel perilaku konsumen(X) $r_{\text{hitung}} > 0.333$, maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel perilaku konsumen yang digunakan valid.

Tabel 2: validitas instrument variabel keputusan pembelian (Y)

Instrumen	Nilai Validitas		Kesimpulan
	rhitung	rtabel	
keputusan pembelian 1	0.533	0.333	Valid
keputusan pembelian 2	0.615		Valid
keputusan pembelian 3	0.633		Valid
keputusan pembelian 4	0.671		Valid
keputusan pembelian 5	0.749		Valid
keputusan pembelian 6	0.666		Valid

Pada table diatas terlihat bahwa hasil pengujian masing-masing instrument variabel Keputusan pembelian (Y) memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > 0.333$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan instrument pernyataan dari variabel keputusan pembelian yang digunakan valid. Uji reliabilitas dilakukan untuk menjamin instrument yang digunakan merupakan instrument yang handal, konsisten dan stabil jika digunakan secara berulang-ulang pada waktu yang berbeda-beda. instrument dikatakan reliable jika nilai cronbach alfa hitung $>$ cronbach alfa toleransi (0.7).

Tabel 3: Hasil Reliabilitas instrument penelitian

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alfa	Kesimpulan
1	perilaku	0.835	Reliabel

	konsumen(X)		
2	keputusan pembelian	0.854	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbach's Alfa seluruh variabel lebih besar dari 0.7, maka dapat disimpulkan bahwa kuisioner penelitian ini dikatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.11 diperoleh persamaan Regresi Linear sederhana sebagai berikut:

$$Y : 7.543+0.236$$

Pengujian Hipotesis

Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.528 ^a	.278	.272	3.735

a. Predictors: (Constant), perilakukonsumen

Nilai koefisien determinan (R^2) yang memperoleh sebesar 0,278 atau sebesar 27,8%, nilai ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa 27,8%. Sedangkan sisanya sebesar 72,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.543	2.123		3.553	.001
	perilakukonsumen	.236	.035	.528	6.690	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Pada uji statistik t, diketahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai thitung untuk variabel perilaku konsumen (6.69) lebih besar dibandingkan ttabel (19,74) dan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari alpha (0,05), maka H0 ditolak dan H1 diterima, dengan demikian secara parsial variabel perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji parsial (uji t) diatas menunjukkan bahwa secara parsial variabel perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada STIM Sukma Medan. Pembahasan Dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan berdasarkan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa STIM Sukma Medan, terkait dengan judul dari skripsi yang telah dibuat penelitian yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada sekolah tinggi ilmu manajemen sukma medan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil koefisien determinasi (R^2) memperlihatkan bahwa variabel perilaku konsumen mampu menjelaskan yang terjadi pada keputusan pembelian pada STIM Sukma Medan dan hasilnya dibuktikan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang di peroleh sebesar 27,8% sedangkan sisanya 72,2%. Hasil memberikan gambaran yang jelas kepada semua pihak yang berkepentingan bahwa perilaku konsumen dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Ayu, I. D., Artini, J., Kirya, K., Suwendra, W., & Manajemen, J. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis (Feb) Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha) Sebagai Tempat Kuliah. *Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen*, 2(1).
- Hastuti, S., & Prabowo, J. (2011). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Program S1 Dalam Memilih Jurusan Pada Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi, 8, 78.
- Hawkins, Del, L. (2013). *consumer behavior*. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, philip t., & Armstrong, G. (2014). *principles of marketing*. Jakarta: Pustaka Setia.
- Mayvita, P. A., & Hidayah, E. A. R. E. (2016). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU MAHASISWA DALAM MEMILIH JURUSAN PADA FAKULTAS EKONOMI UNISK, 2.
- Nugroho, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Alfabeta.
- Peter, J. P., & Olson, J. c. (2013). *Perilaku konsumen dan Strategi pemsaran*. Bandung: Alfabeta.
- Rusiadi, Subiantoro, N., & Hidayat, R. (2016). *Metode Penelitian*. (A. Novaliana, Ed.). Medan: USU Press
- Sangadji, E. mamang, & Sisopiah, M. (2013). *perilaku konsumen*. Yogyakarta: Erlanga.