

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap teradap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Dalam konteks inilah kita dapat berbicara tentang bentuk-bentuk konsumsi halal dan haram.

Menurut Philip Kotler, keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.<sup>1</sup>

Melakukan keputusan pembelian, konsumen akan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen itu sendiri. Konsumen dipengaruhi oleh karakteristik kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Mempelajari

---

<sup>1</sup>Angga Nur Rahman, *Keputusan Pembelian dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, <https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/2013/11/17/keputusan-pembelian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi/> (06 April 2016).

dan memahami perilaku konsumen akan memberikan petunjuk bagi para pemasar dalam mengembangkan produk baru, keistimewaan produk, harga, saluran pemasaran, dan elemen bauran pemasaran lainnya. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang dan jasa.<sup>2</sup>

Faktor sosial merupakan sekelompok orang yang sama-sama mempertimbangkan secara dekat persamaan di dalam status atau penghargaan komunitas yang secara terus menerus bersosialisasi di antara mereka sendiri, baik secara formal maupun informal. Tingkah laku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok referensi memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang. Kelas sosial kadang-kadang berupa suatu sistem kasta dimana anggota dari kasta yang berbeda untuk peranan-peranan tertentu dapat mengubah keanggotaan kasta mereka, termasuk dalam pembelian suatu produk.<sup>3</sup>

Sebagian konsumen Banjarmasin memiliki karakteristik yang unik, seperti tidak terencana yaitu membeli produk yang kelihatannya menarik

---

<sup>2</sup>Azwita Arifuddin, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Komputer di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin* (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar 2012), hlm. 2.

<sup>3</sup>Firda Amalia, *“Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M – 150 di Semarang”* (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, 2011), hlm. 5-6.

tanpa perencanaan sebelumnya, dan berorientasi pada konteks dimana mereka menilai dan memilih sesuatu dari tampilan luarnya. Disamping itu, dalam membeli suatu produk, beberapa konsumen kadang melalui beberapa proses terlebih dahulu. Seperti mendapatkan informasi melalui iklan maupun orang lain, lalu konsumen akan membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya dan sampai pada akhirnya konsumen akan mengambil keputusan dan membeli produk tersebut.

Demikian juga pada tempat makan atau restoran. Dengan banyaknya usaha tempat makan yang ada di Banjarmasin, maka konsumen harus jeli dan selektif dalam memilih tempat makan yang akan dikunjungi. Khusus mengenai tempat makan, saat ini di wilayah Gambut banyak berdiri warung makan, rumah makan bahkan restoran cepat saji. Varian rasa dan masakan yang disajikanpun beraneka ragam. Adapun untuk tempat lokasi pengambilan data, peneliti mengambil tempat di Bakso Adit daerah Gambut.

Mengenai warung bakso di Gambut, menurut pengamatan peneliti ada sekitar 8 warung bakso yang terdapat di wilayah Gambut. Namun di antara warung bakso tersebut, berdasarkan pengamatan penulis, yang paling laris atau banyak konsumennya adalah warung Bakso Adit yang beralamat di Jalan Ahmad Yani km.14.200, Gambut.

Bakso Adit merupakan usaha keluarga yang didirikan pada tahun 2010 oleh bapak Ateng. Berawal dari menyewa sebidang tanah di pinggir jalan, di Jalan Ahmad Yani km. 14.200 dengan karyawan hanya seorang,

dan semenjak awal tahun 2015 hingga sekarang jumlah karyawan adalah 10 orang. Dalam sehari Bakso Adit memproduksi kurang lebih 1.000 mangkok dan 800 gelas minuman perharinya, satu porsi Bakso Adit Rp. 14.000,- dan satu gelas minuman Rp. 2.000,-, dengan buka selama 25 hari sebulan (5 hari libur).<sup>4</sup> Jadi penghasilan kotor bakso Adit sebulannya adalah:

Rp. 14.000,- x 1.000 mangkok = Rp. 14.000.000,- (perhari)

Rp. 14.000.000,- x 25 hari kerja = Rp. 350.000.000,- (sebulan)

Rp. 2.000,- x 800 gelas x = Rp. 1.600.000,- (perhari)

Rp. 1.600.000,- x 25 hari kerja = Rp. 40.000.000,- (sebulan)

Rp. 350.000.000,- + Rp. 40.000.000,- = Rp. 390.000.000,-. (laba kotor sebulan)

Menurut konsumen yang pertama saya wawancarai, rasa dari kuah Bakso Adit tersebut enak, gurih, dan porsinya pas.<sup>5</sup> Menurut konsumen yang kedua mengatakan daging sapihnya sangat empuk.<sup>6</sup> Tetapi konsumen yang ketiga mengatakan kurang lengkap, karena tidak disediakan pangsit sebagai pelengkap makan bakso.<sup>7</sup> Mereka rata-rata berumur 20 – 30 tahun,

---

<sup>4</sup>Wawancara dengan Bpk. Ateng, Pemilik Bakso Adit, *Wawancara Pribadi*, Gambut, 17 Desember 2015.

<sup>5</sup>Wawancara dengan Konsumen 1, Pembeli Bakso Adit, *Wawancara Pribadi*, Gambut, 10 Januari 2016.

<sup>6</sup>Wawancara dengan Konsumen 2, Pembeli Bakso Adit, *Wawancara Pribadi*, Gambut, 01 Februari 2016.

<sup>7</sup>Wawancara dengan Konsumen 3, Pembeli Bakso Adit, *Wawancara Pribadi*, Gambut, 12 Januari 2016.

dan rata-rata dari mereka telah bekerja dengan penghasilan 1 – 2 juta perbulan, sehingga mereka bisa menyetor uangnya untuk membeli bakso. Banyaknya pendapat konsumen yang mengatakan bahwa Bakso Adit tersebut termasuk bakso yang enak, hal ini pun banyak menarik konsumen untuk membeli dan mencicipi rasa dari bakso tersebut.

Disini peneliti mengambil faktor sosial yang paling dominan karena dalam keputusan konsumen yang berkaitan dengan penelitian ini, faktor sosial memiliki peranan penting dalam keputusan konsumen membeli suatu produk.

Adapun indikator dari faktor sosial ialah sebagai berikut:

1. Kelompok referensi memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung pada sikap dan perilaku seseorang.
2. Keluarga terdiri dari dua jenis dalam kehidupan pembeli, yakni keluarga orientasi yang merupakan orang tua seseorang dan keluarga prokreasi yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang.
3. Peran dan status merupakan posisi seseorang di dalam suatu kelompok, dia berpartisipasi selama hidupnya. Seseorang yang mempunyai pengaruh sosial yang lebih luas tentu akan mendapat banyak pengaruh dalam pengambilan keputusan dalam pembelian.

Dalam mempengaruhi keputusan konsumen, faktor sosial sangat berpengaruh dalam membeli Bakso Adit karena individu pada dasarnya sangat mendapatkan pengaruh dari orang-orang di sekitar kita saat

membeli suatu barang. Salah satunya keputusan untuk membeli Bakso Adit, dimana Bakso Adit banyak direkomendasikan oleh beberapa konsumen yang peneliti temui apabila ditanya tentang bakso yang enak.

Jadi yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti faktor sosial dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Bakso Adit Gambut adalah walaupun bukan warung yang besar dan mewah, tidak mempunyai tempat dan parkir yang luas, tidak beraneka makanan yang disajikan, tidak mengkhususkan konsumen untuk kalangan atas atau kalangan bawah tetapi banyak yang datang membeli Bakso Adit tersebut.

Dari penelitian lapangan yang penulis lakukan, hasilnya kemudian penulis tuangkan dalam sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi yang mengangkat judul: **Analisis Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Bakso Adit Gambut.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dirumuskanlah permasalahan ini, yaitu:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap konsumen dalam membeli Bakso Adit Gambut?
2. Apa yang menjadi variabel paling dominan dari faktor sosial untuk membeli Bakso Adit Gambut?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui faktor sosial berpengaruh secara sosial terhadap keputusan konsumen dalam membeli Bakso Adit Gambut.
2. Untuk mengetahui variabel apa yang paling dominan dari faktor sosial untuk makan di Bakso Adit Gambut.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Manfaat dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Bagi Akademik

Menjadi bahan masukan dan keilmuan mengenai analisis pengaruh sosial terhadap keputusan konsumen.

2. Bagi Warung Bakso Adit Gambut

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam perencanaan, aktivitas dan kebijakan pemasaran, sehingga dapat memberikan hasil yang lebih baik di masa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana belajar dan masukan bagi penulis dalam menerapkan teori yang telah dipelajari terhadap kasus nyata. Dan memperluas wawasan, pengetahuan dan pengalaman bagi penulis.

## E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman terhadap penelitian yang dikehendaki pada penelitian ini penulis membuat definisi operasional.

Menurut Philip Kotler faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ada 4 variabel, yang peneliti gunakan dalam penelitian ini difokuskan pada variabel faktor sosial.

1. Sosial adalah perubahan yang mengakibatkan seseorang dalam suatu kelompok sosial dapat hidup dan berfungsi lebih baik dalam lingkungannya.<sup>8</sup> Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh sosial yaitu perubahan yang mengakibatkan seseorang dalam suatu kelompok sosial dapat hidup dan berfungsi lebih baik dalam lingkungannya memutuskan untuk membeli Bakso Adit.
2. Keputusan konsumen, Setiadi mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh kelompok referensi, keluarga, peran dan status dalam keputusan konsumen yaitu proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku

---

<sup>8</sup><http://kbbi.web.id/adaptasi>(17 Maret 2016).

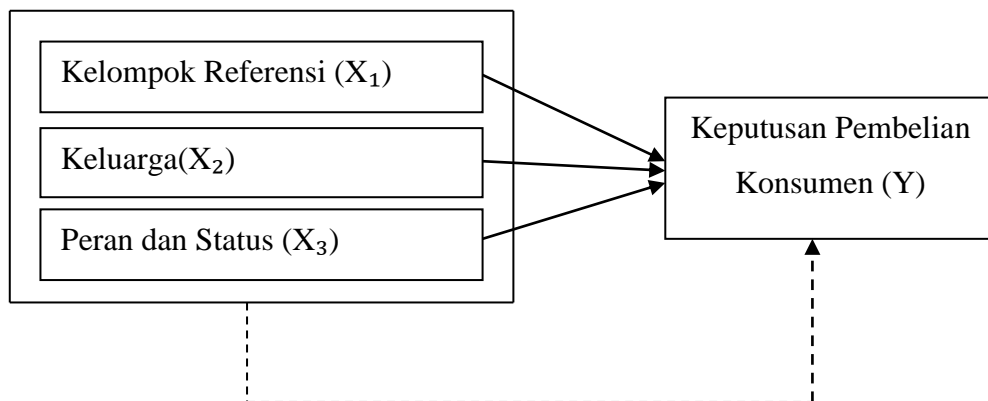
<sup>9</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2013), hlm. 121.



alternatif atau lebih, dan memilih salah satu di antaranya dalam membeli bakso adit.

## F. Kerangka Pemikiran

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller pemasar harus sepenuhnya memahami teori maupun realitas perilaku konsumen. Perilaku pembelian konsumen di pengaruhi oleh faktor sosial, indikator faktor sosial tersebut adalah sebagai berikut:



**Gambar 1.1**

### Keterangan:

- > : Secara Parsial
- - - - -> : Secara Simultan

## G. Hipotesis Penelitian

Data yang sudah didapatkan kemudian diuji untuk memeriksa apakah data yang sudah diuji tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan di awal. Dalam analisis statistik, kita membuat sebuah

pernyataan, menyatakan hipotesis, mengumpulkan data, kemudian menguji data tersebut.

Hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1.  $H_0$  = kelompok referensi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.
2.  $H_a$  = kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.
3.  $H_0$  = keluarga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.
4.  $H_a$  = keluarga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.
5.  $H_0$  = peran dan status tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.
6.  $H_a$  = peran dan status berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen pada Bakso Adit Gambut.

## **H. Kajian Pustaka**

Dalam penulisan skripsi ini peneliti menggali informasi dari penelitian-penelitian sebelumnya sebagai bahan perbandingan, baik mengenai kekurangan atau kelebihan yang sudah ada. Berdasarkan penelaahan terhadap penelitian terdahulu yang penulis lakukan berkaitan

dengan kepuasan konsumen, maka penulis mencantumkan hasil penelitian yang terdahulu yang terkait dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Elis Paridah (2010) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul "*Kepuasan Konsumen Terhadap Warung Soto Ayam Suroboyo Cak Hari*" penelitian ini untuk mengetahui gambaran kepuasan konsumen terhadap warung soto ayam Suroboyo Cak Hari, mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi, dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam mengenai kepuasan konsumen terhadap warung soto ayam Suroboyo Cak Hari. Dalam penelitian ini yang membedakan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah variabel yang digunakan tentang keputusan konsumen dalam Bakso Adit Gambut.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Raharjani (2005) mahasiswa Universitas Diponegoro dengan judul "*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengarui Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*" penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja dan variabel yang lebi berpengaruh adala keragaman barang, lokasi, fasilitas dan yang paling kecil pengaruhnya adala adalah variabel pelayanan. Dalam penelitian ini yang membedakan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah variabel keragaman barang, lokasi, fasilitas dan pelayanan.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Indriani Wulandari (2012) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin dengan judul "*Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Memiliki Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin*" penelitian ini untuk mengetahui pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yang terdiri dari lima dimensi yaitu: produk, promosi, harga, tempat dan pelayanan sebagai variabel independen, terhadap keputusan dalam memilih, sebagai variabel dependen. Dengan rumusan masalah adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih Pegadaian Syariah Cabang Kebun Bunga Banjarmasin dan faktor apa yang paling dominan pengaruhnya. Dalam penelitian ini yang membedakan penelitian saya dengan penelitian terdahulu adalah variabel yang digunakan tentang keputusan konsumen dalam Bakso Adit Gambut.

Dari kajian pustaka diatas dapat disimpulkan bahwa judul yang saya angkat disini berbeda dari penelitian terdahulu.

## **I. Sistematika Penulisan**

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab yang mana disusun secara sistematis, dimana masing-masing bab akan membahas permasalahan sendiri-sendiri namun dalam pembahasan saling berkaitan, dan dari tiap-tiap bab akan terbagi dalam sub bab, secara garis besar akan tersusun sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan, yang mengarahkan permasalahan terkait penelitian ini tentang keputusan konsumen dalam membeli Bakso Adit di Gambut. Kemudian dirumuskanlah permasalahan penelitian dan ditetapkan tujuan penelitiannya. Lalu disusunlah signifikansi penelitian, definisi operasional, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori kasus yang diteliti mengenai teori yang menjadi acuan untuk menganalisis data angket yang berisikan pengertian konsumen, perilaku konsumen menurut ekonomi Islam dan faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen.

Bab III merupakan metode penelitian yang terdiri dari : jenis, sifat dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran serta teknik analisis data, hal ini dibuat agar penelitian ini sistematis sesuai dengan prosedur penelitian.

Bab IV merupakan hasil penelitian berupa data penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan tentang Bakso Adit Gambut serta jawaban atas rumusan masalah.

Bab V merupakan bab terakhir sebagai penutup. Dalam bab ini peneliti memberikan simpulan dari hasil penelitian dan dikemukakan juga beberapa saran.