

ABSTRAK

Apep Setiawan,(2.213.2.005) 2015 : Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Tetangga Terhadap Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Barang Kebutuhan Sekunder (Hajiyat) Masyarakat Prasejahtera Di Kelurahan Cigending Kota Bandung.

Setiap hari kita berusaha untuk mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik itu kebutuhan pokok sandang, pangan atau tempat tinggal juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan lainnya yang bersifat sekunder dan kebutuhan barang mewah. Memahami perilaku konsumen tidaklah mudah, apa yang dibelanjakan oleh konsumen tersebut itu sesuai dengan kebutuhannya (*needs*) atau hanya sekedar melampiaskan keinginannya (*wants*). Konsumen dalam hal ini diartikan setiap orang yang memakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis: (1)Signifikansi pengaruh promosi produk (*iklan*) terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian, (2)Signifikansi pengaruh lingkungan masyarakat (tetangga) terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian.(3)Signifikansi pengaruh promosi produk dan lingkungan masyarakat secara simultan terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian. Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, untuk menggambarkan secara actual dan cermat. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. instrumen penelitian diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisa regresi linear berganda.

Dari hasil analisa data dengan menggunakan software SPSS diperoleh kesimpulan yaitu, variable promo dan lingkungan memberikan pengaruh sebesar Dari hasil perhitungan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,133. Ini berarti variasi perubahan variabel terikat sebesar 13,3% dipengaruhi oleh variasi perubahan variabel bebas dan sisanya sebesar 86,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Kata Kunci: Promo, Lingkungan, Perilaku Konsumen

ABSTRACT

Apep Setiawan, (2.213.2.005) 2015: *“The Influence of Neighbor's Promotion and Environment on Consumer Behavior Against Purchasing of Secondary Need Items (Hajiyat Category) the Middle Class Society in Cigending Urban Village, Bandung.”*

Every day we try to allocate resources to meet the various needs, be it the basic needs of clothing, food or shelter is also trying to meet other needs that are secondary and the needs of luxury goods. Understanding consumer behavior is not easy, what is spent by the consumer is in accordance with the needs (needs) or just simply to vent desire (wants). Consumer in this case means any person who uses goods and / or services available in the community.

The purpose of this research is to analyze: (1) The significance of the promotion of product (advertisement) to the consumer behavior in deciding the purchase, (2) the significance of neighboring society influence on consumer behavior in deciding the purchase. (3) society simultaneously to consumer behavior in deciding purchase. Buying decisions from buyers are strongly influenced by the culture, social, personal and psychological factors of the buyer. This research is a quantitative research with research method used is descriptive method, to describe actual and accurate. Methods of data collection using questionnaires, interviews, and literature study. Research instruments were tested with validity and reliability test. Data analysis technique used is multiple linear regression analysis.

From the results of data analysis using SPSS software obtained conclusion that is, the variable promo and the environment gives the effect of From the calculation that the coefficient of determination (R^2) of 0.133. This means that the variation of the dependent variable changes by 13.3% is influenced by the variation of the change in the independent variable and the remaining of 86.7% is influenced by other factors outside the model.

Keywords: Promote, Environment, Consumer Behavior

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb.

Dengan segala kerendahan hati penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam penulisan thesis ini penulis memilih judul :” *Pengaruh Promosi Dan Lingkungan Tetangga Terhadap Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Barang Kebutuhan Sekunder (Hajiyat) Masyarakat Prasejahtera Di Kelurahan Cigending Kota Bandung*. Adapun tujuan penulisan ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian sidang program pascasarjana (S2) program studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangannya itu karena keterbatasan yang ada pada penulis, oleh karena itu penulis akan menerima segala masukan yang berupa kritik konstruktif demi kemajuan dan keluasan wawasan penulis.

Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih an penghargaan kepada :

- Prof. DR.H.I. Nurol Aen,MA selaku pembimbing
- Dr. Yadi Janwari,M.A. selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Program Pascasarjana UIN Bandung
- Dr.H.Atang Abdul Hakim,M.A. selaku Pembimbing I
- Prof. Dr.H.M. Anton Athoillah,M.M. selaku pembimbing II
- Dr.H.A.Hasan Ridwan., M.Ag, selaku penguji 1
- Dr.Deden Effendi, M.Ag, selaku Penguji 2
- Dr. Deni Kamaludin Yusup, M.Ag selaku Penguji 3
- Wa Enung yang tidak henti-hentinya mendorong dan memotivasi penulis.

- Ibu dari putrid-putriku tersayang Ibu Eni dan anak-anaku tercinta Tsasal dan Sicill.
- Nuhun kanggo teh Ila dan a Andri nu tos ngabantosan..
- Kepada teman-teman Ekonomi Syariah Kelas A 2013
- Terima kasih bantuannya untuk Ari Attobari, Adang 'La Toya', Millah, pak Ipin, dan last but not least..Yoyon Unpas (nuhun Lur geus diririweuh....)
- Terima kasih buat teman di kelas konsentrasi ekonomi pembangunan,,,
- Kepada semua pihak yang tidak bisa disebut satu persatu,,penulis haturkan terima kasih sebesar-besarnya yang telah membantu proses penulisan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangannya itu karena keterbatasan yang ada pada penulis, oleh karena itu penulis akan menerima segala masukan yang berupa kritik konstruktif demi kemajuan dan keluasan wawasan penulis.

Akhirnya, semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunianya untuk kita semua, dan penulis berharap mudah-mudahan kara kecil ini apat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Wassalam

Bandung, Desember 2015/Rabiul Awal 1437 H

Apep Setiawan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
	Hal
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	5
E. Penelitian Terdahulu	5
F. Kerangka Pemikiran	8
G. Hipotesis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumen	20
B. Promosi	47
C. Lingkungan	50
D. Keputusan Pembelian	53
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
A. Objek Penelitian	58
B. Metode Penelitian	60
C. Operasioanl Variabel Penelitian	61
D. Populasi dan Sampel Penelitian	62
E. Teknik Pengumpulan Data	65
F. Jenis Data	70
G. Rancangan Analisis Deskripsi dan Uji Hipotesis	72
...	
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Penyusunan Analisa	76
B. Profil Masyarakat/.....	76
C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83

BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1. Persentase Rata-rata Pengeluaran /Kapita	3
Tabel 1.2. Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan	15
Tabel 2.1. Kombinasi Konsumen barang X dan Barang Y	25
Tabel 3.1. Penggunaan Areal Tanah	58
Tabel 3.2. Kondisi Penduduk Berdasarkan tingkat Pendidikan	59
Tabel 3.3. Kondisi Penduduk Berdasarkan tingkat Pekerjaan	60
Tabel 3.4. Definisi Operasional Variabel	71
Tabel 4.1. Jenis kelamin	76
Tabel 4.2. Usia	77
Tabel 4.3. Pekerjaan	78
Tabel 4.4. Pendidikan	79
Tabel 4.5. Penghasilan	79
Tabel 4.6. Status Kepemilikan Rumah	80
Tabel 4.7. Mendapat Bantuan dari Pemerintah	81
Tabel 4.8. Jumlah Penghasilan yang Diterima	82
Tabel 4.9. Apakah jumlah Penghasilan Mencukupi?	83

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran	18
Gambar 2.1. Kurva Indeferen	24
Gambar 2.2. Gambar Tingkatan Kebutuhan Menurut Maslow	34
Gambar 2.3. Hubungan Antara Sistem Afektif dan Kognitif	50



Bandung, 20 September 2015

Assalamualaikum wr.wb

Dengan hormat,

Saya, Apep Setiawan mahasiswa Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Gunung Djati Bandung bermaksud untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir (Thesis). Penelitian ini tentang “*Pengaruh Promosi Produk dan Lingkungan terhadap Keputusan Pembelian Barang Kategori Hajiyat Masyarakat Kelas Menengah (Low End) di Kelurahan Cigending Kota Bandung*”. Untuk itu saya mohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Informasi yang bapak/ibu/saudara berikan akan dijamin kerahasiaannya dan akan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian ini. Terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Bagian I. Identitas Responden, Pilih salah satu dengan cara tanda silang (x)

1. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki b. Perempuan
2. Usia anda:
 - a. <20 tahun b. 20-30 tahun c. 31-40 tahun d. 41-50 tahun e. 51-60 tahun f. diatas 60 tahun
3. Pekerjaan :
 - a. Pedagang/ b. Petani c. PNS/Guru d. Guru Non PNS
 - e. Buruh
 - f. Karyawan Swasta g. Wiraswasta h. Lain-lain. (Sebutkan.....)
4. Pendidikan terakhir:
 - a. SD/MI b. SMP/MTs c. SMA/MA d. diploma e. Sarjana
5. Berapa penghasilan perbulan:
 - a. Kurang dari Rp.1.000.000 b. Rp 1.000.001 – Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 2.000.001 < Rp. 3.000.000 d. Lebih dari Rp.3.000.001

6. Apakah rumah yang anda tinggali milik :
 - a. Sendiri
 - b. Orang tua
 - c. Saudara
 - d. Sewa
 - e. Kontrak
 - f. Lainnya
7. Apakah keluarga anda mendapat bantuan dari pemerintah berupa “Raskin” atau Bantuan Langsung Tunai:
 - a. Ya
 - b. Tidak
8. Bagaimanakah jumlah penghasilan tetap/upah yang diterima saudara tiap bulannya:
 - a. Sangat Besar
 - b. Besar
 - c. Cukup
 - d. Kurang
 - e. Sangat Kurang
9. Apakah jumlah penghasilan (gaji, upah dan bonus) yang diterima saudara/I setiap bulannya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari:
 - a. Sangat Cukup
 - b. Cukup
 - c. Kurang Cukup
 - d. Tidak Cukup
 - e. Sangat Tidak Cukup

Bagian II.

Petunjuk pengisian: Peneliti menginginkan pendapat anda tentang pertanyaan dibawah ini. Setiap responden hanya menjawab satu kali (ceklis) pada kolom yang disediakan.

- SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 N = Netral
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

Faktor Promo/Iklan

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) karena melihat iklan di media massa (TV, Koran, majalah dll)					
2	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) karena ada undian berhadiah didalamnya.					
3	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok)					

	karena ada discount/potongan harga.					
4	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) karena senang melihat SPG dan penjualnya.					
5	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) tertarik dengan kemasan barang tersebut					
6	Saya selalu ingin membeli produk yang sedang trend					

Faktor Lingkungan

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) karena tetangga/orang lain memiliki juga					
2	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) untuk gaya hidup					
3	Saya terdorong membeli barang (diluar barang kebutuhan pokok) karena mudah terpengaruh orang lain dalam melakukan pembelian suatu produk					
4	Saya terdorong makan di restoran fast food (misal KFC atau hokben) karena melihat teman/tetangga juga.					
5	(Jika punya) Saya terdorong membeli motor/mobil karena adanya informasi dari orang lain					
6	Saya terdorong membeli motor/mobil agar saya mendapat pengakuan dari orang lain					

Keputusan Pembelian

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memiliki keberanian dalam memutuskan untuk membeli suatu produk					
2	Saya sering tertarik pada produk yang telah digunakan orang lain					
3	Saya tertarik pada inovasi-inovasi yang terdapat dalam produk lain					
4	Saya mudah terpengaruh orang lain dalam melakukan pembelian suatu produk					
5	Saya memiliki ketertarikan terhadap berbagai produk					
6	Saya selalu ingin membeli produk yang sedang trend					
7	Saya mudah terpengaruh oleh perubahan pasar yang terjadi					

Saya haturkan terima kasih atas kesediaannya untuk mengisi angket ini.
Jazakallahu Khairan Katsiraa..