

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perlengkapan sandang untuk bayi merupakan salah satu peluang usaha yang dimanfaatkan oleh masyarakat. Salah satu hal yang mendasari pelaku usaha ini karena adanya peningkatan jumlah kelahiran, dimana kelahiran bayi inilah yang menjadi konsumen utamanya adalah masyarakat yang mencari dan membutuhkan perlengkapan bayi untuk keperluan bayi nya sendiri atau dihadiahkan untuk teman, sahabat, keluarga yang baru mempunyai bayi.

Toko perlengkapan bayi dan anak merupakan salah satu usaha dibidang jasa, bisnis ini menawarkan jumlah maupun jenis perlengkapan bayi dan anak kepada konsumen. usaha bisnis perlengkapan bayi dan anak yang berkembang saat ini yang paling banyak dicari oleh banyak konsumen, karena setiap harinya banyak orang-orang yang mencari dan membutuhkannya.

Obyek dalam penelitian ini yaitu Toko Salsa Poso, letak dari Toko Perlengkapan bayi yang terdapat di Jl. Jend.Sudirman Poso yang menjual berbagai macam perlengkapan dan jenis barang dengan berbagai macam variasinya seperti baju, celana, topi, kereta bayi, dan masih banyak lagi. Toko ini menjadi salah satu toko perlengkapan bayi terbesar yang menjual berbagai macam kebutuhan bayi.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak dalam melakukan pembelian dan keputusan. faktor yang diperhatikan oleh konsumen dalam memutuskan membeli suatu produk misalnya seperti, faktor produk dan harga dua faktor tersebut yang mempengaruhi

pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian, Sepang (2014). Sebelum melakukan keputusan pembelian, mereka akan melakukan tahapan pemilihan terlebih dahulu seperti pengenalan masalah, kualitas produk dan pencarian informasi, kemudian melakukan keputusan pembelian. Pengenalan masalah yaitu sebelum melakukan pembelian terlebih dahulu konsumen harus mengetahui masalah apa yang terdapat pada suatu produk yang akan dibeli dan apakah produk tersebut baik mutunya sehingga layak untuk kita gunakan nantinya, dan melakukan pencarian informasi terhadap produk yang akan dibeli.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen dalam mengambil keputusan dan tingkat informasi yang lebih jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar, maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses pengambilan keputusan tersebut Schiffman dan Kanuk (2000). Keinginan dan kebutuhan konsumen akan suatu produk dimulai dari menilai sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan dan mengidentifikasi alternatif, sehingga konsumen dalam mengambil keputusan suatu produk merasa puas dengan kualitas yang baik sesuai dengan keinginannya.

Pembelian hedonis yaitu suatu pembelian yang didasarkan pada aspek kesenangan yang melibatkan sensori, dan diluar kebutuhan. hedonisme merupakan pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan Hartatin (2016). Adapun alasan seseorang memiliki sifat hedonis diantaranya yaitu banyak kebutuhan yang tidak bisa terpenuhi sebelumnya, kemudian setelah kebutuhan terpenuhi, muncul kebutuhan baru dan terkadang kebutuhan tersebut lebih tinggi dari sebelumnya. motivasi berbelanja hedonis akan tercipta dengan adanya gairah berbelanja seseorang yang mudah terpengaruh oleh model terbaru dan berbelanja menjadi gaya hidup seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Motivasi hedonis merupakan kemauan untuk memulai perilaku yang meningkatkan pengalaman positif seperti pengalaman yang menyenangkan atau baik yaitu seperti mempunyai keinginan untuk memberikan suatu barang kepada seseorang yang membuat kita merasa senang dan puas akan pemberian kita. membeli dan memakai produk bukan hanya sekedar nilai fungsionalnya saja, namun juga karena nilai sosial dan emosional (Setiadi, 2013).

Harga hedonis merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menentukan komponen-komponen apa saja yang dapat membentuk harga. Dengan menggunakan harga hedonik maka akan terlihat adanya perbedaan pada satu macam barang karena perbedaan karakteristik yang terdapat dari tiap jenis barang tersebut. dengan demikian dapat terlihat bahwa semakin tinggi mutu suatu barang maka akan semakin tinggi pula harga barang tersebut, demikian pula sebaliknya semakin rendah mutu suatu barang maka akan semakin rendah pula harga barang tersebut. Ada 3 motivasi belanja hedonis yaitu: *Idea Shopping, Role Shopping, Value Shopping*

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian hedonis merupakan tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian perlengkapan yang mengacu pada harga dan kualitas produk yang ditawarkan, oleh karena itu pengambilan keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan dan memotivasi mereka untuk membeli sebuah perlengkapan bayi yang dijual. Salah satu yang mempengaruhi motivasi belanja yaitu *idea shopping*

Idea Shopping, merupakan kategori yang mengacu belanja untuk mengikuti tren dan mode baru untuk melihat produk-produk baru dan inovasi. Hal tersebut yang mempengaruhi konsumen berbelanja karena melihat sesuatu yang baru dan iklan-iklan yang ditawarkan di media massa. Dengan demikian, konsumen juga melakukan pembelajaran mengenai tren baru

dan mendapat informasi mengenai tren-tren lama. Kegiatan berbelanja ini menjadi suatu ide yang baik untuk konsumen dalam mengisi waktu luang. Pasaribu dan Dewi (2015)

Menurut Japariato (2010) keputusan pembelian didasarkan *idea shopping* berpengaruh signifikan, karena seorang konsumen melakukan banyak pembelian dengan belanja dan selalu memberikan informasi kepada para konsumen tentang mode baru, produk terbaru, merek dan tren baru yang sedang laris dipasaran merujuk pada gejala ketika konsumen pergi berbelanja karena mereka ingin mengetahui tentang tren dan mode baru. Faktor lain yang memotivasi seseorang dalam melakukan pembelian yaitu *Role Shopping*

Role Shopping, dimana banyak konsumen lebih suka berbelanja untuk orang lain dari pada untuk dirinya sendiri. Kemudian konsumen merasa berbelanja untuk orang lain itu sangat menyenangkan, selain itu dengan berbelanja untuk orang lain baik itu keluarga atau teman sesuatu yang istimewa sehingga dengan demikian mereka merasa senang. *Role Shopping* merupakan seseorang dalam berbelanja menemukan benda-benda yang sempurna untuk orang lain seperti keluarga dan teman adalah sesuatu yang istimewa sehingga mereka merasa senang dan puas Yu dan Bastin (2010).

Menurut Kusuma, *et al* (2013) keputusan pembelian didasarkan *Role Shopping* berpengaruh signifikan, karena adanya kenikmatan tersendiri yang dirasakan oleh pembeli seperti suasana hati dan kegembiraan yang dirasakan saat menemukan hadiah yang sempurna untuk orang lain seperti pembelian kado ataupun kegemaran seseorang dalam menyenangkan orang lain. Jadi kesenangan berbelanja didapatkan dari orang lain yang berpengaruh terhadap aktivitas dari *feeling* dan mood, serta kegembiraan dan keceriaan yang dirasakan ketika menemukan hadiah.

Faktor lain yang juga memotivasi seseorang dalam melakukan pembelian yaitu *Value Shopping*

Dengan adanya *Value Shopping*, dimana konsumen menganggap bahwa berbelanja merupakan suatu permainan yaitu pada saat tawar menawar harga atau pada saat konsumen mencari tempat perbelanjaan yang menawarkan diskon, obralan, ataupun tempat belanja dengan harga yang murah dan menemukan penawaran dan potongan harga ataupun rata-rata produk yang dijual atau ditawarkan kepada konsumen terbilang unik dan banyak tawaran murah, sehingga konsumen banyak tertarik untuk memiliki barang yang mereka inginkan ataupun yang mereka cari. *Value shopping* merupakan aktivitas berbelanja yang ditujukan untuk meraih nilai yang lebih baik dengan cara mendapatkan harga yang lebih murah, mencari potongan harga, dan berburu produk yang memiliki harga yang paling murah. Paramita dan Suhermin (2015)

Menurut Yulianto (2016) keputusan pembelian didasarkan *Value Shopping* berpengaruh signifikan, karena konsumen saat ini membeli dan memakai produk bukan hanya sekedar dari nilai fungsinya saja, namun juga karena nilai sosial dan emosionalnya. Pembelian dilakukan atas dasar kemampuan produk untuk menstimulasi dan memuaskan emosi (Setiadi, 2010). dikarenakan alasan mendapatkan nilai keuntungan financial. artinya pembelanja berusaha mendapatkan harga yang termurah untuk barang yang dibelinya.

Berdasarkan uraian latar belakang serta penelitian empiris dan fenomena dalam mengkaji penelitian ini, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang **“PENGARUH IDEA SHOPPING, ROLE SHOPPING, VALUE SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERLENGKAPAN BAYI TOKO SALSA POSO”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

- 1.2.1 Apakah *Idea Shopping*, *Role Shopping*, *Value Shopping* berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.2.2 Apakah *Idea Shopping* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.2.3 Apakah *Role Shopping* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.2.4 Apakah *Value Shopping* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

- 1.3.1 Untuk mengetahui pengaruh *Idea Shopping*, *Role Shopping*, *Value Shopping* simultan terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.3.2 Untuk mengetahui pengaruh *idea shopping* terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.3.3 Untuk mengetahui pengaruh *Role Shopping* terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso
- 1.3.4 Untuk mengetahui pengaruh *Value Shopping* terhadap keputusan pembelian perlengkapan bayi di Toko Salsa Poso

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

- 1.4.1. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi Konsumen Toko Salsa Poso
- 1.4.2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis penjualan perlengkapan bayi
- 1.4.3. Bagi penulis salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsimar
- 1.4.4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.

