

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

Menurut Pohan dalam Prastowo (2012:81) kegiatan penyusunan kajian pustaka bertujuan mengumpulkan data dan informasi ilmiah berupa teori-teori, metode, atau pendekatan yang pernah berkembang dan telah didokumentasikan dalam bentuk buku, jurnal, naskah, catatan, rekaman sejarah, dokumen-dokumen, dan lain-lain yang terdapat di perpustakaan. Kajian pustaka dimaksudkan untuk meringkas, menganalisis, dan menafsirkan konsep dan teori yang berkaitan dengan sebuah proyek penelitian.

##### **2.1.1 Teori Permintaan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Permintaan**

Menurut Mahardhika (2018:107) teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dengan harga. Permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang diinginkan untuk dibeli atau dimiliki pada berbagai harga yang berlaku di pasar dan waktu tertentu. Permintaan dibagi menjadi dua bagian, yaitu :

1. Permintaan absolut (*absolut demand*)

Permintaan absolut merupakan seluruh permintaan terhadap barang dan jasa baik berkemampuan membeli, maupun yang tidak mampu beli.

2. Permintaan efektif (*effective demand*)

Permintaan efektif merupakan permintaan terhadap barang dan jasa yang disertai kemampuan membeli.

Hukum permintaan tidak berlaku dan bersifat mutlak dalam keadaan *ceteris paribus*. *Ceteris paribus* merupakan faktor-faktor lain dianggap tetap. Faktor-faktor lain yang dianggap tidak berubah antara lain adalah pendapatan, selera, harga barang substitusi atau komplementer, jumlah penduduk. Hukum permintaan adalah “apabila harga mengalami penurunan, maka jumlah permintaan akan naik atau bertambah, begitupula sebaliknya apabila harga mengalami kenaikan maka jumlah permintaan akan turun atau berkurang”. Kenaikan harga barang akan menyebabkan turunnya permintaan dikarenakan daya tarik untuk membeli semakin menurun disebabkan oleh mahalnya harga barang tersebut.

#### **2.1.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Permintaan**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Selera

Apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa tinggi, maka akan diikuti dengan permintaan jumlah barang dan jasa yang meningkat. Begitupula sebaliknya apabila selera konsumen terhadap suatu barang dan jasa rendah, maka akan diikuti dengan permintaan barang dan jasa yang berkurang.

2. Pendapatan konsumen

Apabila pendapatan seorang konsumen semakin tinggi, maka daya beli seorang konsumen pun akan tinggi. Begitupula sebaliknya apabila pendapatan seorang konsumen rendah, maka daya beli seorang konsumen pun akan rendah.

3. Harga barang jasa pengganti atau pelengkap

Adanya barang pengganti akan berpengaruh terhadap jumlah permintaan. Pada saat harga barang naik, jika ada barang pengganti maka jumlah permintaan akan dipengaruhi.

4. Intensitas kebutuhan konsumen

Mendesak atau tidaknya kebutuhan seseorang terhadap barang atau jasa akan mempengaruhi jumlah permintaan.

5. Pendapatan masyarakat

Pendapatan masyarakat mencerminkan daya beli masyarakat, tinggi atau rendahnya pendapatan masyarakat akan mempengaruhi kualitas maupun kuantitas permintaan.

6. Distribusi pendapatan

Makin merata pendapatan maka jumlah permintaan semakin meningkat. Begitupula sebaliknya pendapatan yang hanya diterima atau dinikmati oleh kelompok tertentu, maka secara keseluruhan jumlah permintaan akan turun.

#### 7. Pertambahan penduduk

Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah permintaan. Semakin banyak penduduk, maka jumlah permintaan akan semakin banyak.

### 2.1.1.3 Fungsi Permintaan

$$\text{Fungsi Permintaan : } Q_d = a - bP \text{ atau } P_d = \frac{a}{b} - \frac{1}{b} Q$$

Keterangan :

$Q_d$  = Jumlah ( *Quantity* )

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien Pengarah ( *slope* )

$P$  = Tingkat Harga

Fungsi permintaan dalam ilmu ekonomi adalah sebuah fungsi yang menggambarkan hubungan antara barang dengan jumlah barang yang diminta oleh

masyarakat. Fungsi permintaan memiliki beberapa sifat khusus. Diantaranya adalah fungsi permintaan yang bersifat negatif. Artinya jika nilai  $p$  bertambah, maka nilai  $q$  akan berkurang, begitupula sebaliknya. Hingga pada suatu saat nilai  $p$  akan menyentuh titik terendah (barang tidak ada). Sebaliknya,  $q$  akan menjadi barang bebas jika titik  $p$  mencapai titik terendahnya (harga 0 atau gratis).

## **2.1.2 Teori Tingkah Laku (Perilaku) Konsumen**

### **2.1.2.1 Dasar Teori Konsumen**

Menurut Pyndick dan Rubinfeld (2009 :72) menyatakan bahwa perilaku konsumen menjelaskan bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan mereka untuk membeli berbagai macam barang dan jasa. Cara terbaik untuk memahami perilaku konsumen adalah dengan tiga langkah yang berbeda, yaitu:

1. **Preferensi Konsumen** : Langkah pertama adalah menemukan cara yang praktis untuk menggambarkan alasan-alasan mengapa orang lebih suka satu barang daripada barang yang lain. Kita akan melihat bagaimana preferensi konsumen untuk berbagai barang dapat digambarkan secara grafik dan aljabar.
2. **Keterbatasan Anggaran** : Sudah pasti, konsumen juga mempertimbangkan harga. Oleh karena itu, dalam langkah kedua ini kita harus menyadari adanya kenyataan bahwa konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli. Apa yang harus dilakukan

konsumen dalam situasi seperti ini? Kita menemukan jawaban untuk pertanyaan ini dengan menggabungkan preferensi konsumen dan keterbatasan anggaran dalam langkah ketiga berikut.

3. Pilihan – Pilihan Konsumen : Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman pada pilihan konsumen akan membantu kita memahami permintaan yaitu berapa banyak jumlah suatu barang yang dipilih konsumen untuk dibeli bergantung pada harganya.

#### **2.1.2.2 Pendekatan Tingkah Laku (Perilaku) Konsumen**

Menurut Boediono (1982:17) menyatakan bahwa penjelasan tentang perilaku konsumen yang sederhana didapati dalam Hukum Permintaan, yang menyatakan bahwa “bila harga suatu barang naik maka *ceteris paribus* jumlah yang diminta konsumen akan turun”. Begitupula sebaliknya apabila harga barang tersebut turun. *Ceteris paribus* berarti bahwa semua faktor lain yang mempengaruhi jumlah yang diminta dianggap tidak berubah (tetap).

Terdapat dua pendekatan (*approach*) untuk menerangkan konsumen berperilaku seperti Hukum Permintaan:

1. Pendekatan *marginal utility*, yang bertitik tolak pada anggapan bahwa kepuasan (*utility*) setiap konsumen bisa diukur dengan uang atau dengan satuan lain (*utility* yang bersifat “*cardinal*”). Apabila konsumen dihadapkan dengan beberapa macam barang yang akan dibeli maka posisi equilibrium konsumen adalah :

$$\frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = \dots\dots\dots = \frac{MUz}{Pz} = 1$$

Syarat ini beranggapan apabila konsumen mempunyai uang atau penghasilan yang cukup untuk dibelanjakan untuk setiap barang sampai *marginal utility* setiap barang sama dengan harga masing-masing barang. Apabila kita menganggap suatu kasus lebih realistis dimana konsumen tidak mempunyai uang atau penghasilan yang cukup untuk membeli barang pada tingkat  $MU=P$  untuk setiap barang, maka bisa dibuktikan bahwa dengan uang yang terbatas tersebut masih bisa mencapai kepuasan total yang tertinggi apabila mengalokasikan pembelanjannya sehingga dipenuhi dengan syarat:

$$\frac{MUx}{Px} = \frac{MUy}{Py} = \dots \frac{MUz}{Pz} > 1$$

Syarat equilibrium konsumen ini disebut *constraint* yaitu dengan pembatasan jumlah uang yang dipunyai. Dalam kasus ini banyaknya barang menunjukkan

bahwa Hukum Permintaan dengan masing-masing barang X, Y, Z dan seterusnya.

2. Pendekatan *indifference curve*, yang tidak memerlukan adanya anggapan bahwa kepuasan konsumen bisa diukur; anggapan yang diperlukan adalah bahwa tingkat kepuasan konsumen bisa dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (*utility* yang bersifat “ordinal”).

#### **2.1.2.3 Faktor Perilaku Konsumen**

Menurut Engel (1994) terdapat tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu diantaranya :

1. Faktor perbedaan individu yang terdiri dari sumber daya konsumen, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi.
2. Faktor lingkungan yang terdiri dari budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi.
3. Proses psikologis yang terdiri dari pengolahan informasi, pembelajaran, dan perubahan sikap atau perilaku.

Sementara menurut Kotler (2000) perilaku konsumen memiliki empat faktor yang dapat mempengaruhinya. Yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologis.



Faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena pemasar harus memahami peran yang ada pada kultur, sub kultur dan kelas sosial konsumen. Pada faktor sosial perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen. Sementara itu pada faktor personal seorang konsumen akan dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang berupa usia dan tahap siklus konsumen, pekerjaan, serta kondisi ekonomi seorang konsumen. Pada faktor psikologis seorang konsumen dipengaruhi oleh empat faktor utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, dan sikap. Faktor perilaku konsumen dalam penelitian ini yaitu meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan.

#### 1. Usia

Departemen Kesehatan (2013) RI mendefinisikan usia atau umur adalah satuan yang mengukur waktu keberadaan suatu benda atau makhluk, baik yang hidup ataupun mati. Usia atau umur manusia dihitung dari tarikh ia lahir sehingga tarikh semasa (masa kini). Berdasarkan definisi usia diatas maka usia dapat diartikan sebagai penghitungan waktu makhluk hidup yang dimulai pada saat lahirnya makhluk hidup hingga masa kini makhluk hidup tersebut. Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) menggolongkan lanjut usia menjadi 4 yaitu : usia pertengahan (*middle age*) 45-59 tahun, lanjut usia (*elderly*) 60-74 tahun, lanjut usia tua (*old*) 75-90 tahun, dan usia sangat tua (*very old*) di atas 90 tahun.

#### 2. Jenis Kelamin

Departemen Kesehatan RI (2013) menyatakan bahwa jenis kelamin adalah kelompok yang terbentuk dalam suatu spesies sebagai sarana atau akibat digunakannya proses reproduksi seksual untuk mempertahankan kelangsungan dari spesies tersebut. Jenis kelamin muncul dari akibat dimorfisme seksual pada manusia yang biasa dikenal dengan laki-laki dan perempuan. Selain itu muncul ciri-ciri sekunder yang terdapat pada manusia.

Berdasarkan pengertian dari Departemen Kesehatan jenis kelamin dapat diartikan sebagai ciri-ciri pembeda dari makhluk hidup. Jenis kelamin dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan.

### 3. Pendidikan

UU RI No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, pasal 1 mendefinisikan pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensinya dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta ketrampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Definisi yang lain dikemukakan oleh Muhibbin Syah (2010:10) pendidikan berasal dari kata “didik” lalu kata ini mendapat awalan “me” sehingga menjadi “mendidik” artinya, memelihara dan memberi latihan. Dalam memberi dan memberi latihan diperlukan adanya ajaran, tuntunan, dan pimpinan mengenai akhlak dan kecerdasan pikiran.

Berdasarkan kedua definisi diatas menunjukkan bahwa pendidikan merupakan proses pembelajaran bagi peserta didik untuk dapat mengerti, paham, dan membuat manusia lebih kritis dalam pemikiran serta memiliki akhlak yang baik. Tingkat pendidikan dibagi menjadi SD,SMP,SMA/SMK, Perguruan Tinggi.

#### 4. Pekerjaan

Depkes RI (2001) mendefinisikan pekerjaan adalah sesuatu yang dikerjakan untuk mendapat nafkah atau pencaharian masyarakat yang sibuk dalam dengan kegiatan atau pekerjaan sehari-hari akan memiliki waktu yang lebih untuk memperoleh informasi.

Definisi yang diajukan oleh Depkes RI (2001) di atas sejalan dengan konsep yang disampaikan oleh Khusniah (2011) bahwa faktor pekerjaan mempengaruhi pengetahuan. Seseorang yang bekerja pengetahuannya akan lebih luas dari seseorang yang tidak bekerja, karena dengan bekerja seseorang akan memperoleh banyak informasi.

Berdasarkan definisi diatas maka pekerjaan dapat diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhan hidupnya agar dapat bertahan hidup.

Menurut Notoatmodjo (2013) jenis pekerjaan dibagi menjadi 1) Pedagang, 2) Buruh/Tani, 3) PNS, 4) TNI/Polri, 5) Pensiunan, 6) Wiraswasta dan 7) IRT. Menurut ISCO ( *International Standard Clasification of Oecupation*) pekerjaan diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Pekerjaan yang berstatus tinggi, yaitu tenaga kerja ahli teknik dan ahli ahli jenis, pemimpin ketatalaksanaan dalam suatu instansi baik pemerintah maupun swasta, tenaga administrasi tata usaha.
- b. Pekerjaan berstatus sedang, yaitu pekerjaan di bidang penjualan dan jasa.
- c. Pekerjaan berstatus rendah, yaitu petani dan operator alat angkut/bengkel.

## 5. Pendapatan

Samuelson dan Nordhaus (2003) mendefinisikan pendapatan sebagai jumlah seluruh uang yang diterima seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu yang biasanya satu tahun. Pendapatan terdiri upah atau penerimaan tenaga kerja, pendapatan dari kekayaan seperti sewa, bunga dan dividen, serta pembayaran transfer atau penerimaan dan pemerintah seperti tunjangan sosial atau asuransi pengangguran.

Definisi yang lain dikemukakan oleh Sumitro Joyohadikusumo (1957) pendapatan merupakan jumlah barang dan jasa yang memenuhi tingkat hidup masyarakat, dimana dengan adanya pendapatan yang dimiliki oleh setiap jiwa disebut dengan pendapatan perkapita dimana pendapatan perkapita menjadi tolak ukur kemajuan atau perkembangan ekonomi.

Berdasarkan definisi diatas pendapatan dapat diartikan sebagai sumber penghasilan yang biasanya diukur dengan uang. Pendapatan menjadi ukuran tingkat kehidupan seseorang.

Menurut Sukirno (2002) pendapatan dapat dihitung melalui tiga cara yaitu :

- a. Cara pengeluaran, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai pengeluaran / perbelanjaan atas barang-barang dan jasa.
- b. Cara produksi, cara ini pendapatan dihitung dengan menjumlahkan nilai barang dan jasa yang dihasilkan.
- c. Cara pendapatan, dalam perhitungan ini pendapatan diperoleh dengan dengan cara menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima.

Menurut John J. Wild ( 2003:311) secara garis besar pendapatan dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu :

a. Pendapatan Menurut Ilmu Ekonomi

Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Definisi pendapatan menurut ilmu ekonomi menutup kemungkinan perubahan lebih dari total harta kekayaan badan usaha pada awal periode dan menekankan pada jumlah nilai statis pada akhir periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah kenaikan harta kekayaan karena perubahan penilaian yang bukan diakibatkan perubahan modal dan hutang.

b. Pendapatan Menurut Ilmu Akuntansi

Pandangan akuntansi memiliki keanekaragaman dalam memberikan pengertian pendapatan. Ilmu akuntansi melihat pendapatan sebagai sesuatu yang spesifik dalam pengertian yang lebih mendalam dan lebih terarah.

### **2.1.3 Teori Peluang**

### **2.1.3.1 Pengertian Teori Peluang**

Teori peluang adalah peluang suatu kejadian yang ditunjukkan oleh suatu angka untuk mengetahui seberapa besar suatu kejadian tersebut akan terjadi. Jika nilai peluang mendekati angka 1 artinya semakin besar kemungkinan kejadian tersebut akan terjadi. Sementara itu apabila nilai peluang mendekati angka 0 maka semakin kecil kemungkinan kejadian tersebut akan terjadi.

### **2.1.3.2 Jenis-Jenis Peluang**

#### **1. Peluang dalam Matematika**

Dalam ilmu matematika, peluang dianggap sebagai sebuah probabilitas atau kejadian dimana sebuah angka menunjukkan kemungkinan terjadinya suatu kejadian. Nilai peluangnya yaitu berada di antara nilai 0-1. Dalam matematika peluang atau probabilitas atas suatu kejadian  $A$  terjadi dilambangkan dengan notasi  $P(A)$ ,  $p(A)$ , atau  $Pr(A)$  dan sebaliknya apabila peluang atau probabilitas atas suatu kejadian yang tidak terjadi maka dilambangkan dengan [bukan  $A$ ] atau komplemen  $A$ .

#### **2. Peluang Usaha**

Selain dalam matematika, peluang pun kini dikenal dalam bidang usaha atau bisnis. Peluang usaha merupakan suatu kesempatan yang datang sehingga dapat dimanfaatkan oleh individu atau badan usaha untuk mendapatkan keuntungan.

## **2.1.4 Industri**

### **2.1.4.1 Pengertian Industri**

Menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian, industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Dengan kata lain industri merupakan kegiatan mengolah barang mentah, barang setengah jadi, ataupun bahan baku menjadi barang yang sudah jadi untuk memperoleh untung yang lebih tinggi.

### **2.1.4.2 Jenis Industri**

Berdasarkan jumlah tenaga kerjanya, menurut Tambunan (1993:83) industri dibagi menjadi sebagai berikut :

- Industri rumah tangga, industri yang memiliki jumlah tenaga kerja 1 hingga 4 orang.
- Industri kecil, industri yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 hingga 19 orang.
- Industri menengah, industri yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 hingga 99 orang.

- Industri besar, industri yang memiliki jumlah tenaga kerja 100 orang atau lebih.

Berdasarkan penjelasan diatas maka diketahui bahwa Kawasan Batik Trusmi Cirebon merupakan industri karena memiliki jumlah tenaga kerja lebih dari 100 orang.

#### **2.1.4.3 Faktor Pertumbuhan Industri**

Menurut Soebroto (1979) terdapat empat faktor produksi yang mendasar pada setiap industri, faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut berikut :

1. Alam, meliputi sumber material yang disediakan oleh alam seperti bahan mentah, tempat untuk mendirikan bangunan dan sebagainya.
2. Modal, meliputi barang atau uang yang digunakan untuk mencapai tujuan produksi.
3. Tenaga kerja, meliputi sumber tenaga (energi) untuk industri dan tenaga kerja untuk proses produksi.
4. Keterampilan, meliputi kemampuan pengusana untuk mengelola tata laksana usaha yang terdiri dari kepribadian, pengaturan waktu, keterampilan teknik dan sebagainya.



## **2.1.5 Keputusan Pembelian**

### **2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Nugroho (2003:38) mendefinisikan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif untuk memilih salah satunya. Berdasarkan definisi diatas keputusan pembelian dapat diartikan sebagai hasil akhir dari seorang konsumen dalam menentukan pilihannya. Peran individu dalam mengambil keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. Pengambilan inisiatif : individu yang memiliki inisiatif pembelian barang tertentu atau yang mempunyai kebutuhan tertentu tetapi tidak memiliki wewenang untuk melakukan sendiri.
2. Orang yang mempengaruhi : individu yang mempengaruhi keputusan untuk membeli baik secara sengaja atau tidak sengaja.
3. Pembuat keputusan : individu yang memutuskan apakah membeli atau tidak suatu barang.
4. Pembeli : individu yang melakukan pembelian sebenarnya.
5. Pemakai : individu yang memakai atau menikmati barang yang sudah dibelinya.

### **2.1.5.2 Tahapan Keputusan Pembelian**

Menurut Ma'ruf (2005:14) proses keputusan pembelian tidak hanya berakhir pada saat pembelian namun akan berlanjut hingga pembelian tersebut akan menjadi pengalaman bagi konsumen dalam menggunakan produk yang akan dibeli tersebut. Selanjutnya pengalaman tersebut akan dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen dimasa depan.

Sementara itu menurut Kotler (2003:224) tahapan keputusan pembelian dibagi menjadi :

1. Pengenalan masalah

Proses pembelian diawali sejak pembeli mengenali kebutuhan atau masalah. Kebutuhan tersebut ditimbulkan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Dalam tahap ini pemasar perlu melakukan identifikasi keadaan yang dapat memicu timbulnya kebutuhan konsumen.

2. Pencarian informasi

Setelah mengenali masalah yang dihadapi maka para konsumen secara otomatis akan melakukan informasi yang banyak. Dalam pencarian informasi terdapat dua level. Yang pertama yaitu penguatan masalah yaitu pencarian informasi dalam level yang lebih ringan. Yang kedua yaitu konsumen akan mencari informasi secara aktif.

3. Evaluasi alternatif

Setelah mengumpulkan informasi konsumen akan melakukan evaluasi alternatif terhadap beberapa merk yang menghasilkan produk yang sama.

#### 4. Keputusan pembelian

Dalam melakukan evaluasi alternatif konsumen akan mengembangkan sebuah keyakinan atas merk. Pada tahap ini konsumen dipengaruhi dua faktor utama yaitu sikap orang lain dan faktor perilaku.

#### 5. Perilaku pasca pembelian

Setelah membeli suatu produk maka konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Jika konsumen puas terhadap produk tersebut maka diperkirakan konsumen akan membeli produk tersebut kembali.

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis untuk sebagai acuan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Umar Khasan dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian White Coffee” pada tahun 2018 menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian White Coffee adalah budaya, tingkat pendidikan, usia, dan jenis kelamin. Sedangkan faktor

pendapatan tidak mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian White Coffee. Pendapatan tidak berpengaruh karena harga White Coffe relatif murah, sehingga konsumen tetap bisa mengkonsumsinya. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel usia, usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak di variabel faktor budaya.

2. Marjam Desma Rahadhini dan Edi Wibowo dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Tengkleng di Surakarta” pada tahun 2018 menyatakan bahwa faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen warung makan tengkleng di Kadipiro Surakarta. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel faktor pribadi berupa pekerjaan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak di variabel faktor budaya.
3. Budi Hartono, Umi Wisapti Ningsih, dan Nila Fithria Septiarini dalam penelitiannya yang berjudul “Perilaku Konsumen dalam Pembelian Bakso di Malang” pada tahun 2011 menyatakan bahwa tingkat penghasilan responden sangat berpengaruh terhadap pembelian produk bakso. Demografi konsumenpun dipertimbangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu faktor demografi berupa usia dan jenis kelamin serta faktor

pendapatan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak pada variabel lingkungan, kepedulian konsumen, karakteristik, dan kepuasan produk.

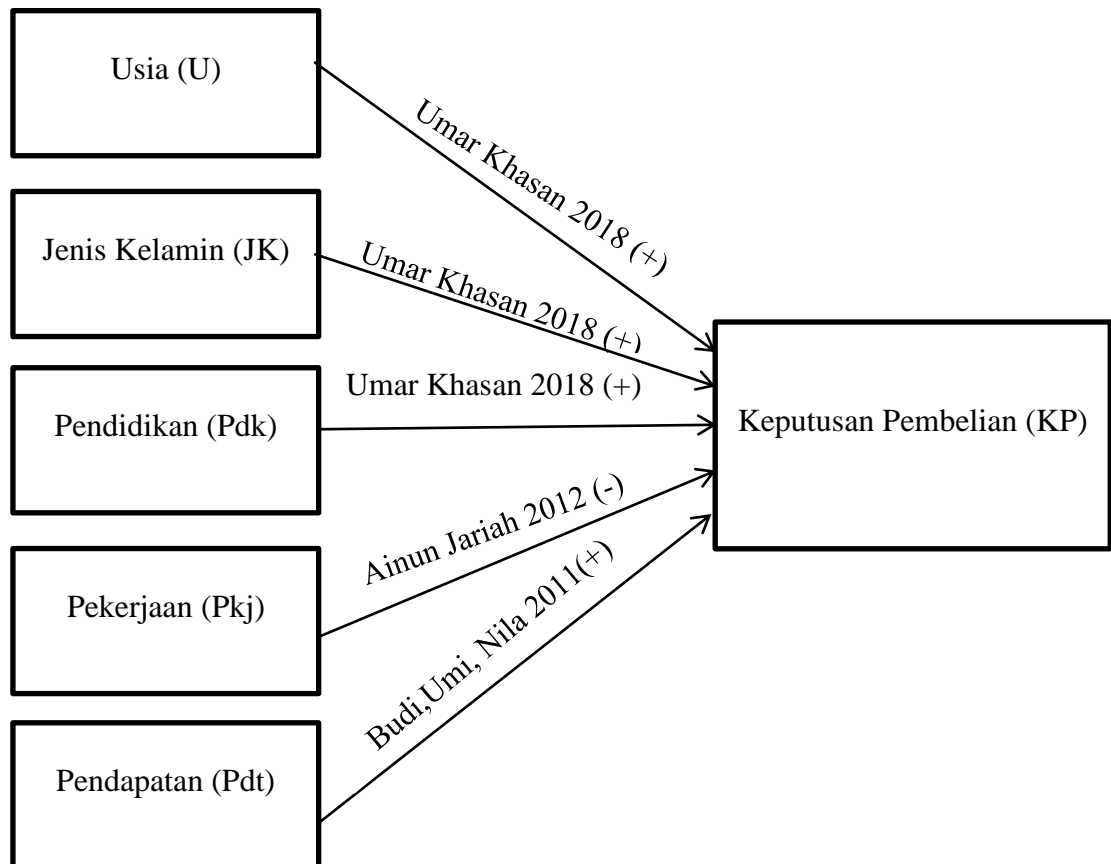
4. Resy Anastasia dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen terhadap Buah Jambu Air di Pasar Modern Kawasan Semarang Tengah” pada tahun 2017 menyatakan bahwa secara serempak faktor motivasi, harga, lokasi, kemasan, usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel usia, tingkat pendidikan, dan pendapatan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak pada variabel faktor motivasi, harga, lokasi, dan kemasan.
5. Sari Listyorini dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana” pada tahun 2012 menyatakan bahwa kelima faktor gaya hidup yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian Rumah Sehat Sederhana berupa faktor sosial, rumah tangga, kesenangan, referensi, dan identitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Rumah Sehat Sederhana. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel pekerjaan dan pendidikan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak pada variabel rumah tangga dan referensi.
6. Desy Veterinawati dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Blackberry di

Surabaya” pada tahun 2013 menyatakan bahwa faktor sosial, pribadi, dan psikologis secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Blackberry di Surabaya. Dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti oleh penulis yaitu variabel faktor pribadi berupa usia dan pekerjaan. Sementara itu perbedaannya yaitu terletak pada variabel faktor sosial dan faktor psikologis.

7. Ainun Jariah dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Pribadi yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha di Lumajang” pada tahun 2012 menyatakan bahwa umur, tahap siklus hidup, situasi ekonomi, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan pekerjaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. dalam penelitian ini terdapat kesamaan variabel yang akan diteliti yaitu umur dan pekerjaan. Sementara itu perbedaannya terletak pada variabel tahap siklus hidup, situasi ekonomi, dan gaya hidup.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kajian teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penulis mengacu pada ekonomi mikro. Teori yang digunakan antara lain teori permintaan, tingkah laku (perilaku) konsumen, industri serta keputusan pembelian. Salah satu faktor perilaku konsumen yang merupakan faktor pribadi atau personal merupakan variabel independen dari penelitian ini, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Maka kerangka pemikirannya dapat dibentuk sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini variabel usia berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian. Artinya apabila usia seorang konsumen yang datang semakin tua maka akan meningkatkan keputusan pembeliannya. Dalam penelitian ini konsumen yang usianya semakin tua atau matang akan memiliki peluang membutuhkan batik lebih besar dibandingkan dengan konsumen yang usianya masih muda karena batik digunakan pada keperluan-keperluan khusus.

Pada variabel jenis kelamin dapat diketahui bahwa berdasarkan kerangka pemikiran diatas menyatakan bahwa jenis kelamin berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian. Artinya bahwa semakin banyak konsumen yang berjenis kelamin perempuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan konsumen yang berjenis kelamin perempuan cenderung lebih menyukai berbelanja dibandingkan dengan konsumen yang berjenis kelamin laki-laki.

Variabel pendidikan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan positif dengan keputusan pembelian. Artinya apabila semakin tinggi tingkat pendidikan seorang konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembeliannya. Hal ini dikarenakan pada tingkat pendidikan tertentu seorang konsumen memerlukan batik yang digunakan untuk acara-acara tertentu seperti seminar ataupun kegiatan perkuliahan.

Pernyataan diatas sesuai dan searah dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Umar Khasan pada tahun 2018 yang menyatakan bahwa usia, jenis



kelamin, dan pendidikan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian.

Sementara itu variabel pekerjaan tidak berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang negatif dengan keputusan pembelian. Artinya walaupun semakin tinggi jenis pekerjaan seorang konsumen tidak akan meningkatkan keputusan pembeliannya. Hal ini dikarenakan produk yang dijual di Kawasan Batik Trusmi memiliki berbagai macam jenis sehingga semua jenis pekerjaan apapun dapat mengenaikannya.

Hal ini sesuai dan searah dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Ainun Jariah pada tahun 2012 pada tahun 2012 yang menyatakan bahwa pekerjaan tidak berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang negatif dengan keputusan pembelian.

Pada variabel pendapatan dapat diketahui bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian. Artinya apabila semakin tinggi tingkat pendapatan seorang konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembeliannya. Hal ini dikarenakan konsumen yang memiliki tingkat pendapatan tinggi akan lebih mudah mengeluarkan uang untuk membeli berbagai macam hal.

Hal ini sesuai dan searah dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Budi Hartono, Umi Wisapti Ningsih, dan Nila Fithria Septriani pada tahun 2011 yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian.

## **2.4 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah suatu penelitian yang belum diketahui kebenarannya. Hipotesis didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Berdasarkan uraian dari teori dan kerangka pemikiran diatas, maka penulis mengambil hipotesis sebagai berikut :

1. Usia diduga mempengaruhi peluang konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.
2. Jenis kelamin diduga mempengaruhi peluang konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.
3. Pendidikan diduga mempengaruhi peluang terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.
4. Pekerjaan diduga tidak mempengaruhi peluang konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.
5. Pendapatan diduga mempengaruhi peluang konsumen terhadap keputusan pembelian batik di Kawasan Batik Trusmi Cirebon.