

Literature Review Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen

Ellya Dewi

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

Email: ellyadewi@yahoo.com

Dety Mulyanti

Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

Email: dmdetym@gmail.com

Jl. Surapati No. 189, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40123

Abstract

In the marketing concept, one way to achieve company goals is to know what are the needs and desires of consumers or target markets and how to provide the satisfaction expected by consumers / buyers effectively and efficiently. So that companies that apply marketing concepts need to pay attention to consumer behavior and factors that influence buyer decisions. This literature review aims to find out what factors influence the decision making made by consumers in buying a product. Based on the formulation of the article, results and discussions reviewed and discussed in this article, it can be concluded that there are many factors that influence consumer decisions to buy including product prices, product quality both from the product itself and its services, product promotion, location, social status and family.

Keywords: *Purchasing Decisions, Consumers.*

Abstrak

Dalam konsep pemasaran salah satu cara mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen atau sasaran pasar dan bagaimana cara memberikan kepuasan yang diharapkan konsumen/pembeli secara efektif dan efisien. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli. *Literatur review* ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk. Berdasarkan rumusan artikel, hasil dan pembahasan yang di kaji dan di bahas pada artikel ini, maka dapat disimpulkan bahwa banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli diantaranya Harga produk, Kualitas produk baik dari produk itu sendiri maupun pelayanannya, Promosi produk, Lokasi, Status sosial dan Keluarga.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Konsumen.

PENDAHULUAN

Kondisi pasar yang semakin variatif menciptakan konsumen yang lebih selektif dalam melakukan pembelian dan semakin kritis dalam perilaku pembeliannya. Semakin ketatnya persaingan pasar, menyebabkan perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Dalam konsep pemasaran salah satu cara mencapai tujuan perusahaan yaitu dengan mengetahui apa saja kebutuhan dan keinginan konsumen atau sasaran pasar dan bagaimana cara memberikan kepuasan yang diharapkan konsumen/pembeli secara efektif dan efisien. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli. Faktor produk dan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik akan mendorong perusahaan untuk mempertahankan usahanya dan mampu bersaing dengan perusahaan lain. Harga produk merupakan salah satu faktor yang dapat ditangani oleh manajemen penjualan atau pemasaran. Dari dua faktor berikut masih banyak faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, maka dari itu dilakukannya *literatur review* ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk.

Table 1 : Penelitian Terdahulu

No	Judul	Author dan Tahun	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)	Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana - 2018	Asosiatif	Harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan sisanya di pengaruhi variabel lain.
2	Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di	Santri Zulaicha dan Rusda Irawati - 2016	Eksplanatori	Produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel produk memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan

	Morning Bakery batam			harga terhadap keputusan pembeli.
3	Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada PT. Alamjaya Wirasantosa Kabanjahe	Fenny Krisna Marpaung dkk - 2021	Deskriptif Kuantitatif	Harga, promosi, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4	Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan	Asrizal Efendy Nasution dkk - 2019	Asosiatif deskriptif	Variabel harga dan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli sedangkan, variabel kepercayaan dan karakteristik konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan	Rini Astuti - 2017	Kuantitatif	Kelas sosial merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yang berbelanja di pasar modern.
6	Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli	Citra Sugianto Putri - 2016	<i>Sampling</i> jenuh	Media sosial berpengaruh terhadap minat beli, media sosial dan minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

7	Pengaruh Green Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen The Body Shop di Indonesia dan di Malaysia)	Luh Made Pradnyani Rahayu dkk - 2017	Eksplanatori dengan pendekatan Kuantitatif	Adanya pengaruh yang signifikan antara variabel <i>Environmental Awareness</i> , <i>Green Product Features</i> , <i>Green Product Price</i> , <i>Green Product Promotion</i> terhadap keputusan pembeli.
8	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Café Wareg Bengkulu	Julian Aryandi dan Onsardi - 2020	Angket	Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen. jika kualitas pelayanan dan lokasi tinggi maka akan tinggi terhadap keputusan pembelian
9	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang	Cindy Magdalena Gunarsih - 2021	Kuantitatif	Harga berpengaruh positif atau signifikan Terhadap Keputusan Konsumen untuk membeli.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (library research), yaitu serangkaian penelitian yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka. Menganalisis teori dan keterkaitan antar variabel melalui buku maupun jurnal secara luring di perpustakaan maupun daring yang diperoleh melalui Mendeley, Scholar Google maupun media daring lain. Fokus penelitian kepustakaan adalah menemukan berbagai teori, hukum, dalil, prinsip, atau gagasan yang digunakan untuk menganalisis dan memecahkan pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Adapun sifat dari penelitian ini adalah analisis deskriptif, yakni penguraian secara teratur data yang telah diperoleh, kemudian diberikan pemahaman dan penjelasan agar dapat dipahami dengan baik oleh pembaca.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Asrizal Efendy Nasution dan Muhammad Taufik Lesmana tahun 2018 menyatakan bahwa harga merupakan faktor utama dalam menentukan pembelian oleh konsumen, harga yang relatif murah dan dapat bersaing menarik konsumen untuk membeli. Selain itu kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, karena kualitas merupakan suatu yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen. Penelitian ini sejalan dengan Cindy Magdalena Gunarsih (2021), Fenny Krisna Marpaung dkk (2021).

Dalam penelitian Fenny Krisna menambahkan bahwa promosi menjadi salah satu faktor untuk konsumen mengambil keputusan, dikarenakan ketika semakin tinggi tingkat promosi yang dilakukan perusahaan maka semakin banyak konsumen yang membeli produk, hal ini sesuai dengan penelitian Citra Sugianto Putri (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa promosi melalui media sosial berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Media sosial dan minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Bahkan dalam penelitiannya Julian Aryandi dan Onsardi (2020) menambahkan bahwa kualitas pelayanan dan lokasi sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Lokasi yang mudah diakses, dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan menjadi salah satu pertimbangan atau faktor yang dilakukan oleh konsumen.

Menurut Rini Astuti (2017) dalam penelitiannya bahwa faktor kelas sosial maupun keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Namun keluarga memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku pembeli dengan cara memberikan referensi mengenai suatu produk yang diinginkan oleh konsumen sehingga dihasilkan kepuasan terhadap produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan artikel, hasil dan pembahasan yang di kaji dan di bahas pada artikel ini, maka dapat disimpulkan bahwa banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli diantaranya Harga produk, Kualitas produk baik dari produk itu sendiri maupun pelayanannya, Promosi produk, Lokasi, Status sosial dan Keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

Abzari, Mehdi, Reza A. Ghassemi, dan Leila N. Vosta. 2014. *Analysing The Effect of Social Media on Brand*.

- Balakrishnan, Bamini, Mohd I. Dahnil dan Wong J.Yi. 2014. The Impact of Social Media Marketing Medium Toward Purchase Intention and Brand Loyalty Among Generation Y . *Journal of Social and Behavioral Sciences*, Vol. 148, No. 23, Hal: 177-185.
- Agus, Sriyanto, Desty. (2016) : Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Danone di Jakarta, *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 5 No. 2.
- Cyntia, Novyanti,. (2015) : Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush di Kota Manado, *Jurnal EMBA* Vol. 3 No. 3.
- Abdulah.T., Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adisaputro, G. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi kasus pada konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*.
- Fiani, M. S., & Japarianto. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1 (1), 1-6.
- Alma, Buchari.(2011). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa (edisi revisi)*. cetakan kesembilan. Bandung:Alfabeta.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Dewi, N. H. (2015). Pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian handphone Samsung Android: Studi kasus pada mahasiswa/i Program Studi S-1 Manajemen Universitas Negeri Medan (Skripsi). Medan: Program Studi Manajemen -Universitas Negeri Medan.