

**SKRIPSI**

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPERIBADIAN, MOTIVASI, DAN  
PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI  
RM. SOPONYONO R. SUKAMTO PALEMBANG**



**Disusun Oleh :**

**Syahrul Dwi Wahyudi**

**1721200072**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG  
PALEMBANG  
2021**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

---

---

Program Studi Manajemen  
Skripsi Sarjana Ekonomi  
Semester Genap Tahun 2020/2021

**PENGARUH GAYA HIDUP, KEPRIBADIAN, MOTIVASI, DAN  
PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RM.  
SOPONYONO R. SUKAMTO PALEMBANG**

**Syahrul Dwi Wahyudi**

**1721200072**

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 307 sampel. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah linier berganda, Uji t uji F dan koefisien determinasi. Variabel Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian di RM Soponyono R Sukamto Palembang.

**Kata kunci:** Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi dan Keputusan Pembelian



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di dalam dunia bisnis semakin lama semakin berkembang pesat sejalan dengan perkembangan globalisasi, ditandai dengan tingginya persaingan di dunia bisnis baik sektor produk maupun jasa. Perkembangan bisnis tersebut juga mengakibatkan adanya perubahan pola dan cara para pesaing dalam mempertahankan bisnisnya. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis dituntut memiliki kepekaan terhadap perubahan kondisi persaingan bisnis yang terjadi dilingkungannya dan menempatkan orientasi terhadap kemampuan untuk menarik keputusan pembeli agar mampu berhasil dalam menjalankan usahanya.

Jenis usaha bisnis yang berkembang pesat saat ini adalah bisnis kuliner, seperti rumah makan. Makanan adalah kebutuhan pangan yang di konsumsi oleh manusia setiap hari. Namun sekarang, kebutuhan pangan dapat dijadikan untuk gaya hidup dan menjadi sebuah industri kuliner yang mengandalkan citarasa yang enak dan baik kualitasnya. Dari pilihan makanan yang ada, dapat menjadi alat ukur bagaimana gaya hidup yang dimiliki oleh penikmat makanan tersebut.

Banyak para pelaku bisnis sukses mengambil bidang kuliner ini. Semakin berkembangnya zaman, para konsumen semakin teliti dalam memilih produk atau jasa yang ingin dikonsumsinya. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh

para pelaku bisnis untuk ikut terjun ke dalam bisnis kuliner dengan berlomba-lomba dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang di tawarkan sehingga membuat persaingan di dunia bisnis kuliner menjadi semakin ketat yang menyebabkan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen dalam memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya sehingga konsumen akan lebih selektif dalam membuat sebuah keputusan pembelian konsumen.

Penting untuk saat ini memenuhi kebutuhan konsumsi konsumen yang tinggi untuk mengetahui apa yang konsumen butuhkan dan mengenal konsumen dengan cara produsen mencari informasi dan memiliki data tentang apa yang sedang di ganderungi masyarakat di era globalisasi sekarang ini. Namun hal yang dapat membuat konsumen memilih berbagai macam kebutuhan yang diminati ialah perilaku dari konsumen itu sendiri. Untuk melakukan pemasaran barang dan jasa perlu pemahaman mengenai perilaku konsumen. Untuk memahami perilaku konsumen merupakan suatu keharusan dari seorang pemasar, agar dapat membuat strategi pemasar yang pas dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli, mengkonsumsi maupun mengadopsi suatu produk (Indrawati 2017).

Produk yang sekarang populer di kota Palembang adalah olahan ayam dimana semua rumah makan dan restoran menawarkan berbagai produk olahan dari ayam dengan berbagai jenis produk ditawarkan akan menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk tersebut.

Dengan berkembangnya dengan berbagai produk olahan ayam yang telah menjadi favorit makanan masyarakat kota Palembang saat ini dapat menjadi fenomena yang menarik untuk di teliti. Rumah makan yang menawarkan produk ayam bakar tersebar di setiap sudut kota Palembang. Dengan fenomena ini banyak orang berlomba-lomba untuk membuka usaha ayam bakar harus diakui dengan bisnis rumah makan ayam bakar memiliki keuntungan yang lumayan.

Salah satu Rumah Makan yang telah lama berdiri di kota Palembang salah satunya adalah Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono R Sukamto berdiri sejak 18 tahun tepatnya 2003. Rumah makan ayam bakar Soponyono R Sukamto berlokasi di jalan R Sukamto No. 89. Adapun alasan memilih Rumah makan Soponyono R Sukamto yaitu mampu bersaing dengan bisnis-bisnis lainnya yang pada kawasan kota Palembang dan sekitarnya. Melalui produk andalannya yaitu Ayam Bakar yang terbaik mutu dan kualitasnya mampu menyediakan produk terbaik dan terjangkau untuk semua konsumennya. Rumah Makan Ayam Bakar Soponyono adalah salah satu pelopor berkembangnya produk ayam bakar di kota Palembang.

**Tabel 1.1 Daftar Nama Rumah Makan Ayam Bakar di Kota Palembang**

No	Nama	Jumlah
1	Ayam Bakar Soponyono	9
2	Ayam Bakar Rajawali	3
3	Ayam Bakar “ Mas Tarjo”	2
4	Ayam Bakar Putri Solo	2
5	Ayam Bakar Wong Solo	1

*Sumber: Penulis 2021*

Berdasarkan Tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat beberapa warung ayam bakar yang berlokasi di Palembang. Ayam Bakar Soponyono memiliki 9 cabang, Ayam Bakar Rajawali memiliki 3 cabang, Ayam Bakar “Mas Tarjo” memiliki 2 cabang, Ayam Bakar Putri Solo memiliki 2 cabang, dan Ayam Bakar Wong Solo memiliki 1 cabang. Usaha yang telah memiliki cabang pada dasarnya untuk mengembangkan usahanya dan semakin dekat dengan konsumen dan pelanggannya.

**Tabel 2.1 Data Daftar Harga Ayam Bakar**

No	Nama	Harga
1.	Ayam Bakar Soponyono	Rp. 19.000
2.	Ayam Bakar Rajawali	Rp. 22.000
3.	Ayam Bakar “Mas Tarjo”	Rp. 20.000
4.	Ayam Bakar Putri Solo	Rp. 20.000
5.	Ayam Bakar Wong Solo	Rp. 21.000

*Sumber: Penulis 2021*

Terlihat dari tabel di atas rumah makan ayam bakar Soponyono memiliki harga yang cenderung di bawah pasaran. Hal tersebut bisa menarik konsumen membeli di rumah makan ayam bakar Soponyono. Dengan semakin berkembangnya usaha rumah makan ayam bakar Soponyono harus selalu memberikan kualitas produknya dan menjaga pelanggannya dengan baik agar tidak berpindah ke pesaing lainnya.

**Tabel 3.1 Jumlah Pengunjung Di RM Sopyono R Sukamto Palembang  
Periode September – Februari 2021**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah</b>
September	1.590
Oktober	1.674
November	1.620
Desember	1.645
Januari	1.576
Februari	1.327

*Sumber: Rumah Makan Sopyono 2020-2021*

Pada Tabel di atas bisa terlihat bahwa Rumah Makan Sopyono R Sukamto masih menjadi pilihan utama masyarakat Palembang meski banyak pesaing Rumah Makan yang menawarkan produk ayam bakar di Palembang. Akibat dari datangnya Pandemi Covid-19 di kota Palembang sejak awal tahun 2020 berdampak pada rumah makan Sopyono R Sukamto dengan menurunnya penjualan, dikarenakan masyarakat enggan untuk keluar rumah, menghindari kerumunan. Disaat Pandemi rumah makan Sopyono R Sukamto lebih sering melayani pemesanan melalui aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*. Rumah Makan Sopyono R Sukamto menawarkan promo menarik di dalam aplikasi *GoFood* dan *GrabFood* untuk menarik konsumen untuk membeli di Rumah Makan Sopyono R Sukamto.

Menurut Kotler dan Amstrong (Priansa 2017, h 82) perilaku konsumen dipengaruhi berbagai macam faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan terdiri dari faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis. Menurut Indrawati (2017 h 8)

keputusan pembelian di pengaruhi oleh karakter pribadi. Karakter tersebut adalah usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian konsumen. Dan menurut Firmansyah (2018 h 250) keputusan pembelian di pengaruhi oleh karkter psikologis. Dalam karakter tersebut adalah motivasi, persepsi, pembelajaran, dan kepercayaan dan sikap.

Menurut Indrawati (2017, h 9) gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, opininya. Orang-orang yang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Berdasarkan gaya hidup yang dimiliki konsumen dengan pilihan makanan yang ada, dapat menjadi alat ukur bagaimana gaya hidup yang dimiliki oleh penikmat makanan di Di RM. Sopyono R Sukanto Palembang.

Menurut Indrawati (2017, h 9) masing-masing orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi kepribadian yang berbeda mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan menggunakan ciri-ciri seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan bersosialisasi, pertahanan diri dan kemampuan beradaptasi. Berdasarkan kepribadian yang di miliki konsumen dapat membantu RM. Sopyono R Sukanto Palembang untuk mengetahui kepribadian dari konsumen dalam memilih sesuai produk sesuai dengan keinginan atau selera pribadi, yakin dengan pilihan sesuai dengan pribadi dan pilihan tepat terhadap keputusan pembelian di RM. Sopyono R Sukanto. Apabila konsumen telah melakukan keputusan pembelian produk sesuai

dengan kepribadian yang sesuai dengan selera, maka akan tercipta keputusan pembelian pada benak konsumen itu sendiri.

Menurut Doni Priansa (2017, h.86) motivasi yaitu konsumen memiliki kebutuhan beberapa kebutuhan tersebut bersifat biogenic, yaitu kebutuhan tersebut muncul dari tekanan biologis seperti lapar, haus, tidak nyaman, sedangkan yang lainnya bersifat psychogenic yaitu kebutuhan yang muncul dari tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa keanggoatan kelompok. Kebutuhan akan menjadi motif jika ia di dorong hingga mencapai level intensitas yang memadai. Motivasi mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian di RM. Sopyono R Sukanto Palembang dengan dorongan minat dan kebutuhan konsumen dengan harga yang murah, lokasi yang strategis, dan makanan sesuai dengan selera konsumen.

Doni Priansa (2017, h.86) persepsi konsumen yang termotivasi siap bertindak. Bagaimana tindakan sebenarnya konsumen yang termotivasi akan di pengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu, persepsi adalah proses yang digunakan oleh konsumen untuk memilih, mengorganisasi, dan atau menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik, namun juga rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu konsumen tersebut. Persepsi mempengaruhi keputusan pembelian di RM. Sopyono R. Sukanto Palembang dengan menyediakan makanan yang beragam dan memberikan rasa yang khas sesuai dengan selera

konsumen. Makanan yang ditawarkan di RM. Soponyono R Sukamto Palembang cukup terjangkau sehingga banyak konsumen untuk membeli.

Penelitian sebelumnya Marjam Desma Rahadhini dan Edi Wibowo (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Tengkleng Di Surakarta. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya, sosial dan pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan faktor budaya berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen tengkleng di Kadipiro Surakarta.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Musrif'an, dan Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc (2020) dengan judul Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap keputusan Pembelian di Restoran Burger King Salemba Jaya. Faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran Burger King Salemba Raya, hal ini berarti bahwa karakteristik seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dan faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian di restoran Burger King Salemba Raya, hal ini berarti bahwa jiwa seseorang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang secara Parsial ?
2. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang secara secara Simultan?

### **1.3 Ruang Lingkup Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, Penulis membatasi Objek Penelitian pada Variabel Gaya Hidup, Kepribadian Motivasi, dan Persepsi serta Variabel Keputusan Pembelian. Responden pada penelitian ini adalah konsumen RM. Soponyono R. Sukamto Palembang.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang secara Parsial?
2. Untuk menganalisis apakah Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang secara Simultan?

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Manfaat Bagi Akademik

Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan, dan wawasan, sekaligus dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang di dapat dari perkuliahan, khususnya mengenai Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian

### 2. Manfaat Bagi RM Soponyono R. Sukamto Palembang

Bagi pemilik toko atau perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran dan dasar pengambilan keputusan bagi pemilik toko Palembang dalam menetapkan strategi pemasaran Gaya Hidup, Kepribadian Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian.

### 3. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa menambah wawasan peneliti dan memberikan pemahaman penerapan teori-teori pemasaran pada saat perkulihan. Serta menambah wawasan bahwa Gaya Hidup, Kepribadian Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian RM. Soponyono R. Sukamto.

### 4. Bagi Pembaca/Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi yang dibutuhkan untuk penelitian selanjutnya dan sebagai sebuah referensi bagi peneliti lain yang ingin melanjutkan atau ingin lebih mendalami

permasalahan tentang pengaruh dari Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Sistematika Penelitian ini terdiri beberapa bab meliputi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam Bab Ini Peneliti akan membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini penelitian mendeskripsikan tentang teori yang akan di bahas yaitu Keputusan Pembelian Kosumen yang terdiri dari Gaya Hidup, Kepribadian, Motivasi, dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian di RM. Soponyono R. Sukamto Palembang mendeskripsikan dengan jelas tentang pemahaman teori tersebut, membuat kerangka pikir dari rumusan masalah dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini Peneliti akan membahas Metode Penelitian yang terdiri dari Pendekan Penelitian, Objek/Subjek Penelitian, Jenis Data, Teknik Pengambilan Data, dan Teknik Analisis data untuk pengambilan sampel tentang cara penarikan populasi dan sampel.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peneliti akan membahas mengenai pengolahan terhadap data yang diperoleh yang berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Di dalam ini terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Penulis akan menarik kesimpulan yang telah di tentukan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Bahri 2018, *Metodologi Penelitian Bisnis (Langkah Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS)*, Penerbit.
- Danang Sunyono 2018, *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*, Penerbit Buku Seru, Yogyakarta.
- Firmansyah 2018, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Penerbit Deepublish, Surabaya.
- Gunawan Steffi (2015) “*The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl’s Junior*” Diakses 25 Februari 2021, dari <https://media.neliti.com>
- Ghozali, imam 2019, *Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS 25*, edisi 9, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indrawati 2017, *Perilaku Konsumen Individu (Dalam Mengadopsi Layanan Berbasis Teknologi Informasi & Komunikasi)*, Penerbit Refika Aditama, Bandung.
- Indria Puspita Sari (2016) “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian” Diakses 5 Maret 2021 dari <https://media.neliti.com>
- Irham, Fahmi 2016, *Perilaku Konsumen Teor dan Aplikasi*, Penerbit Alfa Beta, Bandung.
- Musrif’an dan Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc (2020) “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Burger King Salemba Raya” Diakses 20 Februari 2021, dari <http://repository.stei.ac.id>
- Priansa, S.Pd., S.E., M.M., QWP (2017), *Perilaku konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*, Penerbit Alfa Beta, Bandung
- Rahadhini, Marjam, dan Edi Wibowo (2018) “Analisis Pengaruh Faktor Penentu Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Tengkleng Di Surakarta” Diakses 20 Februari 2021, dari <http://jp.feb.unsoed.ac.id>

Robbins Judge 2015, *Perilaku Organisasi ( Organizational Biavior )*, Penerbit Salemba, Jakarta.

Sugiono 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Penerbit Alfa Beta, Bandung

Sugiono 2018, *Metode Penelitian Manajemen Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi*, Penerbit Alfa Beta, Bandung

Tjiptono, Fandy dan Diana 2016, *Pemasaran Esensi & Aplikasi*, Yogyakarta : andi Offset.

Wibowo, Lili, Donni Juni Priansa 2017, *Manajemmen Konunikasi dan Pemasaran*, Penerbit Alfa Beta,s Bandung.

Victor Alan Timmerman, Silvy Mandey, dan Paulina Van Rate (2017) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Di Texas Chicken Manado” Diakses 5 Maret 2021,dari<https://ejournal.unsrat.a>

