

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan sebelumnya, dengan menggunakan program *software* SPSS versi 21, maka diperoleh hasil bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian *Handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri An-Nuriyah Surabaya. Peran secara bersama-sama (simultan) ini dapat dilihat dari nilai *R square*, yaitu sebesar 0.925%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki peran atau pengaruh secara bersama-sama (simultan) sebesar 925%.

Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya, di mana faktor ini tidak diamati dalam penelitian ini. Sedangkan salah satu faktor yang mempengaruhi santri melakukan pembelian Android adalah teman sekelompok, sebanyak 0,591% santri terpengaruhi oleh teman. Sebanyak 0,607 pula santri berperilaku konsumtif dengan alasan membeli Android bukan faktor kebutuhan akan tetapi karena teman sekelompok banyak yang memakai Android. Model perilaku yang demikian merupakan kegiatan membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional yang mana sebenarnya Android tersebut kurang dibutuhkan sampai memiliki dua *Handphone* dengan tujuan hanya semata-mata untuk keinginan, gaya hidup dan kepuasan semata.

Keinginan untuk membeli sesuatu biasanya muncul dikarenakan ikut-ikutan teman yang mengikuti mode yang sedang berkembang. Hal ini sejalan

dengan pendapat Ujang Sumarwan “seseorang akan melakukan perilaku konsumtif dengan mengacu pada apa yang ditemukan oleh kelompok referensinya”. Hal ini diperjelas oleh Seffman dan Kanuk “kelompok referensi merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan, memberi nilai, dan menyediakan suatu bimbingan ataupun petunjuk untuk melakukan konsumsi”, kelompok referensi dalam hal ini teman sebaya yakni sesama santri.

Masuknya perilaku konsumtif membawa perubahan pada gaya hidup santri, perilaku konsumtif yang terbiasa lama kelamaan menjadi kebiasaan yang menjadikan sebuah gaya hidup. Hal ini membawa santri sekaligus mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar, harga diri, serta bagaimana mengikuti perkembangan di lingkungan sekitar mengingat santri tersebut berada di bangku kuliah maka pola hidupnya ingin setara dengan teman yang lain.

Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya santri atau mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam hal menyikapi perkembangan yang ada, akan tetapi menjadikan santri atau mahasiswa tidak lagi berorientasi pada masa depan, justru berorientasi pada gaya hidup yang mereka jalani pada masa sekarang.

Adapun teori yang digunakan untuk melihat keputusan santri dalam membeli *handphone* Android melibatkan proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian terjadi karena adanya beberapa tahapan yang dialami

konsumen diantaranya: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, pasca pembelian.

Tahapan pertama proses keputusan pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan akan produk tersebut. Kebutuhan dikenali ketika adanya ketidaksesuaian antara keadaan aktual dan keadaan yang diinginkan oleh konsumen dan untuk itu konsumen akan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan mencari produk yang dapat mengatasi masalah yang mereka rasakan. Sebanyak 51,3% santri memilih Android karena Android menyediakan kebutuhannya.

Langkah selanjutnya setelah mengenali kebutuhan adalah pencarian informasi. Seorang ketika santri mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Informasi yang dicari meliputi berbagai produk dan merek yang dianggap bisa memecahkan masalah atau memenuhi kebutuhannya. Pencarian informasi ini diharapkan akan memberi pengetahuan tentang produk secara lengkap sehingga dapat menghasilkan keputusan yang tepat pula. Tahap pencarian pada pembelian *handphone* Android dapat diidentifikasi dengan melihat pengalaman melihat promosi, sumber informasi mengenai produk, fokus perhatian pada informasi dan pengaruh promosi produk terhadap pembelian.

Kemudian tahap berikutnya adalah evaluasi alternative. Adapun evaluasi terdiri dari dua tahap, yaitu menetapkan tujuan dan menilai serta mengadakan seleksi terhadap alternatif pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Evaluasi

alternatif dilakukan karena mereka telah memiliki informasi yang cukup tentang hal-hal yang berhubungan dengan *handphone* yang akan dibelinya.

Tahap berikutnya dalam proses keputusan pembelian adalah proses pembelian. Setelah konsumen memiliki berbagai alternatif mengenai produk yang dibutuhkan, maka keputusan pembelian dapat dilakukan. Pada proses pengambilan keputusan, santri mulai mengambil keputusan mengenai siapa yang paling mempengaruhi dalam pembelian, bagaimana cara memutuskan pembelian dan di mana melakukan pembelian. Tahap yang terakhir adalah pasca pembelian kepuasan atau tidak puas merupakan hasil dari pasca pembelian.

Adapun hasil dari analisis data statistik mempunyai hubungan yang signifikan terlihat dari nilai *konstanta* sebesar 3,950 dan *signifikansi* sebesar 0,000, sesuai dengan kriteria pengujian H_0 diterima jika $\text{sig} > 0,05$, sedangkan H_0 ditolak jika $\text{sig} < 0,05$ (0,114). Jadi hipotesis H_0 yang menyatakan tidak adanya hubungan antara budaya konsumtif terhadap keputusan pembelian *handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri an-Nuriyah Surabaya **ditolak**, sedangkan hipotesis H_1 yang menyatakan adanya hubungan antara budaya konsumtif terhadap keputusan pembelian *handphone* Android di lingkungan pondok pesantren putri an-Nuriyah Surabaya **diterima**.

Angka *koefisien* yang positif mengindikasikan adanya arah hubungan yang positif yaitu semakin tinggi perilaku konsumtif maka akan diikuti dengan semakin tinggi pula santri untuk melakukan pembelian

handphone Android, begitu pula sebaliknya, semakin rendah santri berperilaku konsumtif maka akan diikuti semakin rendah pula santri melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlin Putri Utami ada hubungan yang positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup *hedonis* maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi, demikian sebaliknya. Gaya hidup *hedonis* ikut mendukung perilaku konsumtif dengan ditunjukkan nilai efektif sebesar 24,8%