

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN BERDASARKAN PERBEDAAN GENDER
MENURUT TEORI KEPERIBADIAN “TRAIT THEORY” PADA PEMBELIAN
YAMAHA FINO DI KOTA MEDAN**

Yossie Rossanty SE., MM

Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi & Bisnis
Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan menurut *Gender*, mengetahui perilaku konsumen, kepribadian *trait theory* pada pembelian Yamaha Fino. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 orang. Data penelitian dikumpulkan melalui penyebaran angket dengan responden menggunakan kuesioner dan dianalisis secara deskriptif dan analisis Model Sikap Multiatribut Fishbein. Hasil penelitian menunjukkan kepribadian mempengaruhi perilaku konsumen berdasarkan *gender*. Konsumen pada pembelian yamaha fino berusia 17-25 tahun dengan jurusan yang berbeda yaitu fakultas ekonomi, fakultas teknik, dan fakultas hukum. Atribut yang paling mempengaruhi perilaku konsumen adalah harga produk. Sikap konsumen terhadap Yamaha Fino berada pada kategori positif.

Kata Kunci : *Gender*, Perilaku Konsumen, “*Trait Theory*”, Model Sikap Multiatribut Fishein

I. Pendahuluan

Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa. Pembelajaran mengenai perilaku konsumen juga menyangkut analisa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.

Trait kepribadian berpengaruh pada bentuk konsisten pada cara seseorang berperilaku, merasakan, dan berfikir. Trait dapat dijalankan melalui tiga fungsi utama. Trait mungkin digunakan untuk menyimpulkan, memprediksi, dan menjelaskan tingkah laku seseorang. Menyimpulkan, maksudnya bagaimana seseorang berbeda dengan orang lain. Trait “baik” pada seseorang menyimpulkan sejarah dari banyaknya perilaku berbeda mengenai “kebaikan”. Trait juga membuat kita bisa memprediksi tingkah laku seseorang yang akan datang. Trait juga mengusulkan penjelasan tentang tingkah laku seseorang akan ditemukan pada diri individu itu sendiri, bukan pada situasinya (Pervin et al, 2011).

AISI Januari – Desember 2016, penjualan motor di Indonesia sebanyak 2.599.448 unit atau secara data angka ini melemah 24,7% di dibandingkan dengan penjualan pada periode yang sama tahun lalu sebesar 3.451.377 unit. Melemahnya pasar motor ini tidak terjadi di Yamaha Fino injeksi yang tumbuh 8,5 dengan torehan 125.697 unit di bulan pertama 2015, dibandingkan dengan periode yang sama di 2014 yakni 115.849 unit saja.

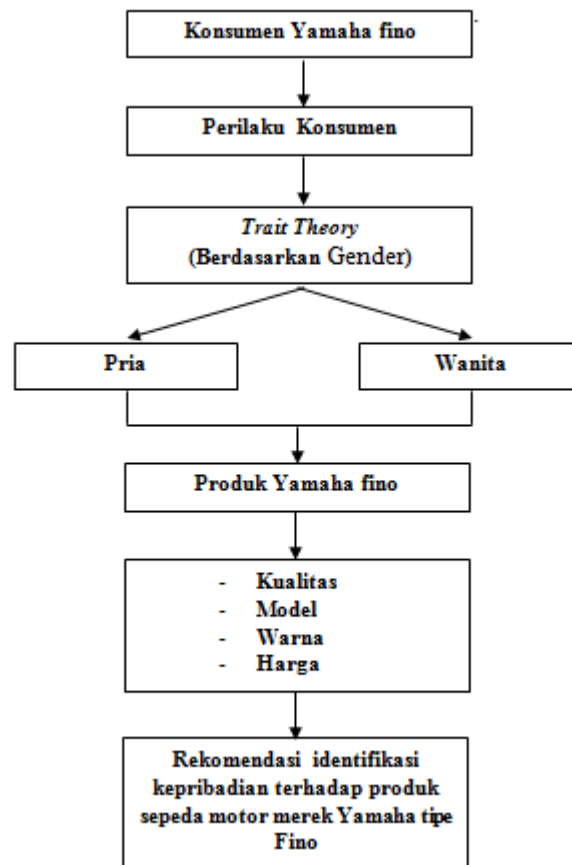
Tabel 1.1 Merek Yamaha Jenis Skutik Tahun 2016 Januari - Desember

NO	Type Yamaha	Jumlah / unit
1	New Soul	826262
2	Aerox	563526
3	Fino	125697
4	Mio	4095
5	Lain-lain	1745

Sumber : Asosiasi Industri Sepeda motor Indonesia (AISII)

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- Apakah ada perbedaan identifikasi kepribadian (*trait theory*) konsumen berdasarkan gender dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha tipe Fino?
- Bagaimanakah faktor kepribadian berdasarkan perbedaan gender mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha tipe Fino?



Sumber: diolah oleh penulis (2017)

Gambar Kerangka Pemikiran

II. Tinjauan Pustaka

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah bidang ilmu yang mempelajari cara individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Kotler & Keller, 2009).

Adapun karakteristik kepribadian menurut Lamb, Hair, McDaniel, (2013) terdiri dari :

1) Kepribadian menggambarkan Perbedaan Individu

Kepribadian menunjukkan karakteristik yang terdapat pada diri manusia, yang merupakan gabungan dari banyak faktor yang unik, sehingga tidak ada dua manusia yang sama persis. Manusia mungkin memiliki perbedaan dalam hal karakteristik namun mempunyai kesamaan dalam karakteristik yang lainnya. Kepribadian yang berbeda bisa diamati dengan perilakunya yang berbeda antara satu orang dengan orang lainnya. Oleh karena itu, sifat manusia bisa dianggap sebagai suatu kepribadian jika sifat tersebut telah menyebabkan ia berperilaku yang berbeda dengan perilaku orang lain. Jika perilaku seseorang telah bisa menggambarkan perbedaan dengan orang lain, maka ia telah memiliki kepribadian yang berbeda dengan orang tersebut.

2) Kepribadian Menunjukkan Konsistensi dan Berlangsung Lama

Karakteristik individu telah terbentuk sejak kecil dan mempengaruhi perilaku individu tersebut secara konsisten dalam waktu yang relatif lama. Kepribadian cenderung bersifat permanen dan sulit berubah. Suatu sifat manusia tersebut sebagai suatu kepribadian jika sifat tersebut telah menyebabkan perilaku orang tersebut konsisten sepanjang waktu. Ia adalah penyabar. Sifat penyabar telah menjadi kepribadiannya, karena perilakunya selalu konsisten menunjukkan kalau dia adalah penyabar. Oleh karena itu, pemasar tidak bisa mengubah kepribadian konsumen agar sesuai dengan produk yang mereka hasilkan. Namun, pemasar dapat mengidentifikasi karakteristik apa pada diri konsumen yang mempengaruhinya dalam membeli suatu produk.

3) Kepribadian Dapat Berubah

Kepribadian bersifat permanen dan konsisten, namun bukan berarti bisa berubah. Situasi bisa menyebabkan seseorang mengubah kepribadiannya. Seorang anak yang tumbuh dewasa mungkin akan memiliki sifat yang berbeda dengan yang masih kecil.

Teori Ciri (*Trait Theory*)

Teori Ciri mengklasifikasikan manusia ke dalam karakteristik atau sifat atau cirinya yang menonjol. Trait adalah sifat atau karakteristik yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya, yang bersifat permanen dan konsisten. Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti mencoba mengidentifikasi dan mengelompokkan konsumen ke dalam ciri atau sifat-sifat yang bersamaan. Para pemasar menggunakan konsep kepribadian untuk menjelaskan kelebihan produknya, sehingga produk perusahaan memiliki positioning sesuai dengan keinginan kepribadian konsumen.

III. Metode Penelitian**Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian dengan menggunakan jenis penelitian yaitu deskriptif kuantitatif. Menurut (Sujarweni 2014) bahwa “Penelitian kuantitatif” adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)”.

Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh laki-laki dan perempuan yang berusia 17-25 tahun di kota Medan yang memiliki motor matic merek Yamaha fino. Dalam hal ini jumlahnya tidak diketahui.

Sampel

Sampel adalah sub kelompok elemen populasi yang terpilih untuk berpartisipasi dalam studi atau bagian kecil dari populasi (Malholtra, 2012). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan rumus Zikmund sebagai berikut :

$$n = \left(\frac{Z \cdot S}{E} \right)^2$$

dimana :

n = jumlah sampel

Z = nilai yang distandarisasi sesuai derajat keyakinan

S = deviasi standar sampel

E = tingkat kesalahan yang ditolerir, plus minus factor kesalahan

Berdasarkan rumus diatas dengan nilai yang distandarisasi sesuai derajat keyakinan sebesar 1,96 deviasi standar sampel sebesar 0,25 dan tingkat kesalahan yang ditolerir sebesar 0,05 maka besarnya sampel adalah :

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2, n = \left(\frac{0,49}{0,05} \right)^2, \quad n = 9,8^2,$$

$$n = 96,04$$

Dari hasil perhitungan di peroleh ukuran sampel minimal adalah 96,04. Untuk memudahkan penghitungan maka peneliti/penulis memutuskan membulatkan sampel menjadi 100 responden. Jumlah 100 responden dalam penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu 50 responden gender perempuan dan 50 responden gender laki-laki. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Quota Sampling & Accidental Sampling*, dimana Sampel Kuota (*Quota Sampling*) adalah teknik sampling kuota yang merupakan teknik sampling yang sejenis dengan teknik sampling rata. Perbedaannya adalah ketika mengambil sampel dari setiap strata tidak menggunakan cara random, tetapi menggunakan cara kemudahan (*convenience*).

Variabel Penelitian

Variabel penelitian mencakup variabel apa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan beberapa variabel karena jenis penelitian ini adalah deskriptif.

Definisi Operasional

Defenisi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur secara operasional di lapangan dan berasal dari konsep teori dan defenisi atau gabungan keduanya. Berikut adalah defenisi operasional dalam penelitian ini:

Tabel Operasionalisasi Variabel

Variabel	Defenisi operasional	Pengukuran
Perilaku konsumen	Perilaku konsumen adalah bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.	Skala Likert
Trait theory	Trait theory adalah sifat yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya.	Skala Likert
Responden	Responden adalah orang yang diwawancarai untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam suatu penelitian.	Skala Likert
Kualitas	segala sesuatu yang memuaskan konsumen atau sesuai dengan persyaratan atau kebutuhan	Skala Likert
Model	perbedaan tingkat kesukaan konsumen pada desain dan <i>layout</i> produk	Skala Likert
Warna	adanya perbedaan tingkat kesukaan konsumen berdasarkan indera penglihatan	Skala Likert
Harga produk	Harga produk adalah harga nominal yang tertera pada produk yang ditawarkan.	Skala Likert

Sumber: diolah oleh penulis (2017)

Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data menggunakan *Microsoft Excel* untuk tabulasi deskriptif yang menjelaskan proses keputusan pembelian secara umum dan Skala likert digunakan untuk memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik dari suatu produk yang memungkinkan konsumen mengekspresikan intensitas perasaan. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan multiatribut Fishbein.

Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini terkumpul data primer yang diambil dari 100 responden untuk mengetahui. Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin dan usia.

Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini terkumpul data primer yang diambil dari 100 responden untuk mengetahui. Karakteristik responden yang akan diuraikan berikut ini mencerminkan bagaimana keadaan responden yang diteliti meliputi jenis kelamin dan usia

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penelitian ini mengambil sampel menurut gender laki-laki 50 dan perempuan 50 dengan menggunakan quota sampel.

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia responden sangat beragam, mulai dari usia 17 tahun hingga 25 tahun. Responden yang banyak menggunakan yamaha fino adalah responden yang berada pada selang usia antara 20-22 tahun atau sebanyak 52%. Jumlah responden pada usia 23-25 tahun sebanyak 26%, dan pada usia 17-19 tahun sebanyak 22%.

Uji Validitas dan Reliabilitas**Pengujian Validitas**

Syarat validitas adalah apabila korelasi (r) tidak kurang dari 0,3. Maka kalau korelasi skor tiap item instrumen dengan skor totalnya kurang dari 0,3 butir dalam instrument tersebut dapat dinyatakan tidak memenuhi syarat validitas (Sugiyono 2010)

Tabel Uji validitas evaluasi

Pernyataan (angket)	Corrected Item-Total Correlation	Korelasi (r)	Kesimpulan
1. Kualitas, kecanggihan, dan teknologi terbaru menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic.	0.635	0.30	Valid
2. Model yang bagus, menarik, dan keren menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic	0.831	0.30	Valid
3. Ketersediaan pilihan warna yang lengkap menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic.	0.809	0.30	Valid
4. Harga yang relatif bersaing dan sesuai dengan kualitasnya menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic	0.831	0.30	Valid
5. Harga jual kembali yang relatif tinggi menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic	0.788	0.30	Valid
6. Kemudahan untuk memperoleh suku cadang/ spare parts dan ketersediaan tempat servis menjadi salah satu pertimbangan utama saya dalam memilih sebuah motor matic	0.635	0.30	Valid

Sumber : Hasil diolah oleh penulis 2017

Hasil uji validitas dari 6 (enam) butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Tabel Uji validitas belief

Pernyataan (angket)	Corrected Item-Total Correlation	Korelasi (r)	Kesimpulan
1. Honda matic merek Fino memiliki kualitas yang relatif bagus dibanding motor matic lainnya.	0.760	0.30	Valid
2. Honda matic merek Fino memiliki model yang menarik baik untuk pria maupun wanita	0.638	0.30	Valid
3. Honda matic merek Fino memiliki pilihan warna yang menarik baik untuk pria maupun wanita	0.753	0.30	Valid
4. Honda matic merek Fino memiliki harga relatif murah/ bersaing dan harganya tersebut sesuai dengan kualitasnya	0.791	0.30	Valid
5. Honda matic merek Fino bila dijual kembali harga pasarannya relatif tinggi.	0.765	0.30	Valid
6. Honda matic merek Fino suku cadang/ spare parts dan tempat servisnya mudah didapat/ dijumpai.	0.760	0.30	Valid

Sumber : Hasil dibuat penulis 2017

Hasil uji validitas dari 6 (enam) butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dapat dinyatakan valid (sah) karena semua nilai koefisien lebih besar dari 0,30.

Pengujian Reliabilitas

Dalam penelitian ini untuk menentukan angket reliabel atau tidak dengan menggunakan *Alpha cronbach* >0,60 dan tidak reliabel jika tidak sama dengan atau dibawah 0,60 (Sunnyoto, 2013). Reliabilitas dari pertanyaan angket yang telah dilakukan penulis kepada responden dalam penelitian ini akan terlihat pada tabel *Reliability Statistics* yang disajikan dalam tabel dibawah ini :

Tabel Uji Reliabilitas evaluasi

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan minimal	Kesimpulan
evaluasi	0.869	0.60	Reliabel
belief	0.907	0.60	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS Versi 16.0

Dari tabel 4.3 di atas, nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang telah disajikan kepada responden yang terdiri dari variabel evaluasi, dan variabel belief adalah reliabel atau dikatakan handal.

Pembahasan Hasil Penelitian

Kepribadian teori ciri (*trait theory*) terhadap motor matic yamaha fino menggunakan produk yang berkualitas. Kualitas yamaha fino yang bisa menyaingi produk sejenisnya. Model dan warna yang mengikuti selera konsumen. Harga produk yang sesuai dengan kualitas dan harga jual kembali produk tidak begitu jatuh dipasaran merupakan pertimbangan konsumen saat membeli. Lalu suku cadang yang mudah dicari dipasar juga merupakan salah satu pertimbangan pada pembelian yamaha fino.

Tabel Analisis sikap konsumen terhadap produk Yamaha Fino pada Gender Laki-laki

No	Atribut	Gender Laki-laki		<i>ei.bi</i>
		Skor (ei)	Skor (bi)	
1	Kualitas	0.74	0.68	0.5032
2	Model	0.96	0.62	0.5952
3	Warna	0.96	0.62	0.5952
4	Harga produk	0.96	0.72	0.691
5	Harga jual kembali	0.9	0.7	0.63
6	Suku cadang	0.8	0.8	0.64

Sumber : Hasil Pengolahan questioner M-excel 2007

Penilaian konsumen terhadap atribut Yamaha Fino berdasarkan gender laki-laki tersebut dipengaruhi oleh harga produk (0.63) dalam pembelian Yamaha Fino.

Tabel Analisis sikap konsumen terhadap produk Yamaha Fino pada Gender Perempuan

No	Atribut	Gender Perempuan		<i>ei.bi</i>
		Skor (ei)	Skor (bi)	
1	Kualitas	0.7	0.64	0.448
2	Model	0.88	0.66	0.5808
3	Warna	0.92	0.62	0.5704
4	Harga produk	0.88	0.64	0.5632
5	Harga jual kembali	0.9	0.66	0.594
6	Suku cadang	0.7	0.74	0.581

Sumber : Hasil Pengolahan questioner M-excel 2007

Penilaian konsumen terhadap atribut Yamaha Fino berdasarkan gender perempuan tersebut dipengaruhi harga jual kembali (0.594) dalam pembelian Yamaha Fino.

Tabel sikap konsumen terhadap produk Yamaha Fino

Gender	Analisis sikap konsumen terhadap produk Yamaha Fino						Skor
	Kualitas	Model	Warna	Harga produk	Harga jual kembali	Suku cadang	
Laki-laki	0.5032	0.5952	0.5952	0.691	0.63	0.64	3.6547
	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi	Tinggi
Perempuan	0.448	0.5808	0.5704	0.5632	0.594	0.581	3.3374
	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah	Rendah

Sumber : Hasil Pengolahan questioner M-excel 2007

Pada tabel 4.24 penilaian konsumen terhadap atribut Yamaha Fino berdasarkan gender laki-laki tersebut dipengaruhi oleh harga produk (0.691) dalam pembelian Yamaha Fino. Sedangkan atribut Yamaha Fino berdasarkan gender perempuan tersebut juga dipengaruhi harga jual kembali (0.594). Ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen terhadap sebuah produk Yamaha Fino memiliki kepribadian yang berbeda setiap gender.

Analisis dalam penelitian ini tidak menggunakan nilai harga-harga ekonomi atau finansial seperti yang selama ini dilakukan, tetapi tolak ukur sikap kepercayaan konsumen pada atribut produk yaitu kualitas, model, warna, harga produk, harga jual kembali dan suku cadang yang membentuk perilaku konsumen, yang berarti bahwa produk dikatakan memiliki daya saing apabila diminati/dipilih oleh konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut produk mempengaruhi niat beli konsumen pada pembelian Yamaha Fino.

Kesimpulan

Dari analisis data dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Adanya perbedaan identifikasi kepribadian (*trait theory*) konsumen berdasarkan gender dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha type Fino dapat dilihat dari tabel evaluasi bahwa pada gender laki-laki memiliki skor 5.32 yang lebih tinggi dari gender perempuan dengan skor 4.98. Lalu dilihat dari tabel belive juga terlihat bahwa pada gender laki-laki memiliki skor 4.14 yang lebih tinggi dibandingkan dengan gender perempuan dengan skor 3.96.
2. Faktor kepribadian berdasarkan perbedaan gender mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian sepeda motor merek Yamaha type Fino dapat dilihat dari terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut Yamaha Fino berdasarkan gender laki-laki tersebut dipengaruhi oleh harga produk (0.691) dalam pembelian Yamaha Fino. Sedangkan atribut Yamaha Fino berdasarkan gender perempuan tersebut juga dipengaruhi harga jual kembali (0.594).

Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai Produsen Yamaha Fino untuk terus mengembangkan produk agar produk Yamaha lebih menonjol dari pada produk yang lainnya. Sehingga konsumen lebih mempercayai produk honda dengan melihat kualitas dari pada harga produk itu sendiri.
2. Bagi peneliti selanjutnya, jumlah responden dalam penelitian sejenis hendaknya diperbesar guna meningkatkan konsistensi (*reliability*) dan keakuratan (*validity*) dari hasil penelitian di peroleh. Dan menambahkan beberapa atribut produk agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi, dengan tujuan untuk mengembangkan model penelitian dan hasil dari penelitian itu sendiri.

Daftar Pustaka

- Kotler, Philip & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 . Jakarta : Erlangga
- Lamb, Hair, Mc Daniel. 2013. *Marketing* . 12th edition. Manson USA: Cengage Learning
- Malhotra, Naresh K. (2012), *Marketing Research*. 4th edition. USA : Pearson Education
- Pervine, Lawrence & Levrone Daniel. 2011. *Kepribadian. Teori dan Penelitian* : Jakarta: Caps Publishing
- Sugiyono, (2010) *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung, Penerbit Alfabeta
- Sujarweni, Wiratna (2014) *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, Pustaka Baru Press
- Sunyoto, Danang (2013). *Konsep dasar Riset Pemasaran & perilaku Konsumen* : Yogyakarta : Penerbit Caps Publishing.