

Perilaku Suami Isteri dalam Pengambilan Keputusan Membeli Barang dan Jasa di Kotamadya Yogyakarta

Oleh : Boedi Astoeti

A. Pendahuluan

1. Latar Belakang Masalah dan Masalahnya

Salah satu faktor sosioekonomi yang mempunyai pengaruh kuat pada pilihan konsumen adalah status bekerja anggota keluarga. Perubahan status bekerja secara langsung mempengaruhi daya beli, termasuk dalam hal ini adalah adanya kenaikan jumlah pekerja wanita. Pada sisi ekonomi rumah tangga suami isteri yang bekerja mempunyai daya beli dan keluaran yang lebih besar, sedangkan pada sisi sosial perubahan peran keluarga merupakan akibat meningkatnya proporsi wanita pekerja.

Semakin banyak wanita bekerja menjadikan wanita lebih mandiri. Kemandirian ini tentunya akan banyak mempengaruhi pola komunikasi dan sikap dalam pengambilan keputusan rumah tangga. Hal ini sangat berbeda dengan pola tradisional dimana hanya suami yang bekerja dan segala sesuatunya ditentukan oleh kaum pria atau menjadi dominasi kaum pria. Sekarang dengan keadaan yang telah berubah diduga akan mempengaruhi dan

merubah perilaku membeli keluarga termasuk dalam hal wewenang, peranan, dan penilaian alternatif yang dilakukan oleh suami isteri.

Sesuai dengan latar belakang diatas dapat dirumuskan beberapa permasalahan pokok dibawah ini :

1. Apakah terdapat perbedaan perilaku wewenang antara suami isteri dalam pengambilan keputusan memberi barang dan jasa?
2. Apakah terdapat perbedaan perilaku peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa?
3. Apakah terdapat hubungan antara perilaku wewenang dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa dengan tingkat pendidikan?
4. Apakah terdapat hubungan antara perilaku wewenang dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa dengan usia perkawinan?
5. Apakah terdapat hubungan antara perilaku peranan dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa

dengan tingkat pendidikan?

6. Apakah terdapat hubungan antara perilaku peranan dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa dengan usia perkawinan.

2. Tujuan Penelitian dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada perbedaan perilaku wewenang dan peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa. Selain itu juga guna mengetahui apakah terdapat hubungan antara perilaku wewenang dan peranan dalam pengambilan keputusan membeli barang dan jasa dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.

Sedangkan manfaat penelitian antara lain ditujukan kepada para pemasar barang dan jasa yang menjadi obyek penelitian ini guna dijadikan dasar acuan dalam pengambilan keputusan serta sebagai referensi bagi para peneliti dalam bidang pemasaran.

B. Tinjauan Pustaka

Menurut Kotler (1991: 164) hubungan stimulus respon dapat dijelaskan dengan model perilaku beli yaitu bahwa stimuli pemasaran dan lingkungan akan memasuki kotak hitam pembeli hingga menghasilkan respon terhadap pembeli. Stimuli pemasaran yang terdiri atas produk, harga distribusi, dan promosi serta stimuli lingkungan yang meliputi kekuatan ekonomi, budaya, politik dan teknologi akan mempengaruhi kotak hitam pembeli yang merupakan karakteristik pembeli dan proses keputusan membeli sehingga akhirnya terjadi transaksi pembelian. Keputusan membeli yang terjadi meliputi pemilihan

produk, merek, dealer, waktu pembelian dan jumlah pembelian. Terjadinya keputusan membeli merupakan proses dalam kotak hitam pembeli, sehingga tugas pemasar yang terpenting adalah memahami apa yang terjadi dalam kotak hitam pembeli.

Selanjutnya Kotler (1991: 165) menyatakan bahwa karakteristik pembeli yang mempunyai pengaruh besar pada reaksi membeli sehingga menghasilkan sesuatu keputusan terdiri atas faktor budaya, sosial, persona dan psikologi.

Secara berurutan faktor-faktor tersebut akan saling mempengaruhi. Faktor budaya akan mempengaruhi sosial, faktor sosial akan mempengaruhi personal, dan faktor personal akan mempengaruhi psikologi.

Pembagian peranan membeli dalam keluaran oleh Kotler (1991: 178-179) dibedakan menjadi lima peran yaitu:

1. Initiator
Adalah orang yang pertama-tama menyarankan atau memikirkan gagasan membeli produk atas jasa tertentu.
2. Influencer
Adalah seseorang yang memberikan pandangan atau nasehat yang diperhitungkan dalam membuat keputusan akhir.
3. Decider
Adalah seseorang yang pada akhirnya menentukan sebagian atau keseluruhan membeli, apa jadi membeli, apa yang dipilih, bagaimana membeli, dimana membeli.
4. Buyer
Adalah seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
5. User
Adalah seseorang atau beberapa orang

yang menikmati barang atau jasa yang dibeli.

Selain itu terdapat empat kategori spesialisasi peran yang berkaitan dengan perbedaan tipe-tipe kelas produk. Kategori tersebut adalah :

1. Keputusan isteri dominan
Adalah sebagian besar keputusan pembelian diputuskan oleh isteri.
2. Keputusan suami dominan
Adalah sebagian besar keputusan pembelian diputuskan oleh suami.
3. Keputusan sinkratis
Adalah sebagian keputusan pembelian diputuskan oleh suami dan isteri.
4. Keputusan autonomic
Adalah sebagian besar keputusan pembelian diputuskan oleh suami dan isteri.

Sedangkan hipotesa dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pembelian rumah
 - a. Tidak terdapat perbedaan wewenang dan peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli rumah.
 - b. Tidak terdapat hubungan antara wewenang pengambilan keputusan membeli rumah dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
 - c. Tidak terdapat hubungan antara peranan pengambilan keputusan membeli rumah dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
2. Pembelian mebel
 - a. Tidak terdapat perbedaan wewenang dan peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli mebel.
 - b. Tidak terdapat hubungan antara wewenang pengambilan keputusan

membeli mebel dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.

- c. Tidak terdapat hubungan antara peranan pengambilan keputusan membeli mebel dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
3. Pembelian televisi
 - a. Tidak terdapat perbedaan wewenang dan peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli televisi.
 - b. Tidak terdapat hubungan antara peranan pengambilan keputusan membeli televisi dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
 - c. Tidak terdapat hubungan antara pengambilan keputusan membeli televisi dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
 4. Jasa pendidikan anak
 - a. Tidak terdapat perbedaan wewenang dan peranan antara suami isteri dalam pengambilan keputusan jasa pendidikan anak.
 - b. Tidak terdapat hubungan antara wewenang pengambilan keputusan jasa pendidikan anak dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.
 - c. Tidak terdapat hubungan antara peranan pengambilan keputusan jasa pendidikan anak dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.

C. Metode Penelitian

Pada penelitian ini sampel tersebar di seluruh wilayah Kotamadya Yogyakarta. Oleh karena itu guna mendapatkan sampel yang representatif terhadap populasi digunakan cara penarikan sampel dengan multistage sampling (Masri Singaribun dan Sofian Efensi, 1989: 166-168).

Pengambilan sampel dilakukan secara bertahap berdasar wilayah-wilayah yang ada di Kotamadya Yogyakarta, sebagai berikut :

1. Populasi pertama, terdiri dari semua kecamatan, dimana beberapa kecamatan dalam wilayah Yogyakarta Utara dan wilayah Yogyakarta Selatan dipilih masing-masing dua kecamatan sebagai sampel pertama. Menurut bagian kependudukan Kantor Pembantu Walikota diperoleh masing-masing kecamatan Pakualaman dan Tegalrejo untuk wilayah Yogyakarta Utara dan kecamatan Mantrijeron serta Mergangsan untuk wilayah Yogyakarta Selatan.
2. Kemudian sampel pertama dijadikan sebagai populasi kedua, yang terdiri dari beberapa kecamatan yang terpilih. Dari sini diambil masing-masing dua kelurahan berdasar keadaan sosial ekonomi yang relatif sama, yang merupakan sampel kedua. Terpilih untuk wilayah Yogyakarta Utara adalah Kelurahan: Gunung Ketur, Purwokinanti, Kricak dan Tegalrejo. Sedangkan untuk wilayah Yogyakarta Selatan adalah Kelurahan: Suryodiningratan, Mantrijeron, Brontokusuman dan Keparakan.
3. Selanjutnya sampel kedua disebut sebagai populasi ketiga, yang terdiri dari beberapa kelurahan terpilih. Lalu diambil masing-masing dua RW secara acak, yang merupakan sampel ketiga.
4. Sampel ketiga dijadikan sebagai populasi keempat yang terdiri dari 16 RT terpilih dan dari sini diambil masing-

masing 2 RT secara acak sebagai sampel keempat.

5. Kemudian dari tiap-tiap RT dipilih responden terpilih sehingga jumlah sampel menjadi 128 responden.

Guna menguji hipotesis penelitian maka dipilih uji Kai Kuadrat. Data yang telah diperoleh dianalisis tabulasi silang untuk melihat perbedaan yang terjadi antara dua kelompok responden.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data primer yang diolah dengan kai kuadrat dengan taraf signifikansi 5% diperoleh hasil sebagaimana yang nampak pada Tabel 1.

Pada perilaku wewenang suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli rumah tidak terdapat perbedaan tapi cenderung sinkratis, demikian pula dalam perilaku peranan suami isteri sama-sama dapat berperan sebagai initiator, influencer, decider dan buyer. Hal ini dimungkinkan karena rumah merupakan kebutuhan primer bagi para responden. Sedangkan hubungan wewenang dengan tingkat pendidikan serta usia perkawinan dalam pengambilan keputusan membeli rumah tidak berkorelasi. Untuk perilaku peranan dan tingkat pendidikan serta usia perkawinan juga tidak berkorelasi.

Dalam pengambilan keputusan membeli mebel perilaku wewenang suami isteri ternyata suami cenderung sinkratis dan isteri cenderung dominan. Selain itu suami cenderung berperan sebagai influencer dan buyer sedangkan isteri cenderung berperan sebagai initiator dan decider. Untuk wewenang dan terdapat hubungan antara tingkat pendidikan dan

Tabel 1. Hasil Penelitian

Uji X^2	X^2_0	X^2_t	Kesimpulan
1. Pembelian Rumah			
a. Wewenang	0,209	5,991	Ho diterima
b. Peranan	0,060	7,815	..
c. Wewenang & Tk. Pendidikan	7,020	9,488	..
d. Wewenang & Usia Perkawinan	0,321	5,991	..
e. Peranan & Tk. Pendidikan	0,5271	12,592	..
f. Peranan & Usia Perkawinan	0,0579	7,815	..
2. Pembelian Mebel			
a. Wewenang	8,230	5,991	Ho ditolak
b. Peranan	17,158	7,815	..
c. Wewenang & Tk. Pendidikan	12,397	9,488	..
d. Wewenang & Usia Perkawinan	7,449	5,991	..
e. Peranan & Tk. Pendidikan	4,514	12,592	Ho diterima
f. Peranan & Usia Perkawinan	0,251	7,815	..
3. Pembelian Televisi			
a. Wewenang	9,774	5,991	Ho ditolak
b. Peranan	16,606	7,815	..
c. Wewenang & Tk. Pendidikan	9,773	9,488	..
d. Wewenang & Usia Perkawinan	0,375	5,991	Ho diterima
e. Peranan & Tk. Pendidikan	1,1402	12,592	..
f. Peranan & Usia Perkawinan	0,895	7,815	..
4. Jasa Pendidikan Anak			
a. Wewenang	0,048	5,991	Ho diterima
b. Peranan	0,061	7,815	..
c. Wewenang & Tk. Pendidikan	9,225	9,488	..
d. Wewenang & Usia Perkawinan	2,972	5,991	..
e. Peranan & Tk Pendidikan	0,5092	12,592	..
f. Peranan & Usia Perkawinan	6,201	7,815	..

usia perkawinan. Sedangkan peranan tidak mempunyai hubungan dengan tingkat pendidikan dan usia perkawinan.

Pada perilaku wewenang antara suami isteri dalam pengambilan keputusan membeli televisi ternyata suami cenderung dominan sedangkan isteri cenderung sinkratis. Disamping itu suami cenderung berperanan sebagai decider dan buyer, isteri cenderung berperanan sebagai inisiator dan influencer. Hal ini didukung data deskriptif yang menyatakan bahwa untuk produk televisi yang termasuk produk elektronika suami yang banyak menentukan. Untuk perilaku wewenang dalam pengambilan keputusan membeli televisi terdapat

hubungan dengan tingkat pendidikan tetapi sebaliknya tidak berhubungan dengan usia perkawinan. Sedangkan untuk perilaku peranan tidak berhubungan dengan tingkat pendidikan maupun usia perkawinan.

Perilaku wewenang antara suami isteri dalam pengambilan keputusan jasa pendidikan anak ternyata baik suami maupun isteri cenderung sinkratis. Sedangkan untuk perilaku peranan baik suami maupun isteri sama-sama dapat berperanan sebagai inisiator, influencer, decider dan buyer. Data deskriptif mendukung pernyataan ini yaitu bahwa sebagian besar responden menyatakan pendidikan anak sangat diperhatikan karena

pendidikan akan sangat menentukan kehidupan masa depan anak. Untuk perilaku wewenang dan peranan sama-sama tidak mempunyai hubungan baik dengan tingkat pendidikan maupun usia perkawinan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Dalam pembelian rumah baik suami maupun isteri cenderung sinkratis demikian pula peranan suami isteri sama-sama dapat berperan sebagai initiator, decider, influencer & buyer.
2. Dalam pembelian mebel suami cenderung sinkratis isteri cenderung dominan. Sedangkan dalam perilaku peranan suami cenderung berperanan sebagai initiator dan decider.
3. Dalam pembelian televisi suami cenderung dominan dan isteri sinkratis. Suami berperanan sebagai decider dan buyer sedangkan isteri berperanan sebagai initiator dan influencer.
4. Dalam pengambilan keputusan jasa pendidikan anak baik suami maupun

isteri cenderung sinkratis dan sama-sama dapat berperan sebagai initiator, influencer, decider serta buyer.

Daftar Pustaka

- Aaker, David A., and Day George. S.. 1986. *Marketing Research*, Third edition. Jhon Wiley & Sons, New York.
- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behavior and Marketing Action*, Fourth edition, PWS Kent Publishing Company, Boston.
- Davis, Henry L., 1970, "Dimension of Marital Role in Consumer Decision Making", *Journal of Marketing Research*, May, p.168-177.
- _____, 1976, "Decision Making Within The Houshold", *Journal of Consumer Research* 2, March, p.252.
- Engel, et al, 1990, *Consumer Behavior*, sixth edition, The Dryden Press International Edition, Fort Wort, Philadelphia.
- Kerlinger, Fred. N, 1992, *Asas-asas Penelitian Behavioral*, terjemahan Landung R. Simatupang, Edisi Ketiga, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.
- Kotler, Philip, 1991, *Marketing Management: Analysis Planning, Implementation and Control*, Seventh edition, by Prentice Hall Inc, Engelwood Cliffs, New Jersey.