

STUDY PERILAKU KONSUMEN DALAM TRANSAKSI BELANJA MELALUI PENGUNAAN UANG PLASTIK DI WILAYAH MADURA

Halimatus Sakdiyah

hsfeuim@yahoo.co.id

Universitas Islam Madura

ABSTRACT

This study aims to determine the extent of consumer behavior in the use of plastic money in the Madura region and what factors motivate them to use plastic money or not to use it. The research method used in this research is descriptive analytical qualitative method with a type of case study research. The population of this study is people in the Madura Region who conduct shopping transactions through the use of plastic money. Sampling was taken using the proportional stratified random sampling method with a sample of 10 informants from 3 cities in the Madura Region. The results of this study include: factors that influence a consumer in shopping transactions through the use of plastic money in the Madura region are: Cultural factors consisting of culture and social classes are very influential in the use of plastic money when making shopping transactions, social factors consist of groups parents, social status has no effect, products, promotions and service quality are very influential. Personal factors with three items namely age do not affect shopping transactions in the use of plastic money in the Madura region. The level of education, educational background does not affect the decision to buy goods or services by someone. Age, the older a person does not affect the decision to use plastic money that is increasingly high in an item or service. While the work is one of the things that can affect the decision of using someone's plastic money or consumer, meaning that if more specific or specific someone's work, then that person is increasingly using plastic money in shopping transactions.

Key words: Consumer behavior, shopping transactions, plastic money

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen dalam penggunaan uang plastik di wilayah Madura serta faktor-faktor apa saja yang memotivasi mereka untuk menggunakan uang plastik maupun tidak menggunakannya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif analitis dengan jenis penelitian study kasus. Populasi penelitian ini adalah masyarakat di Wilayah Madura yang melakukan transaksi belanja melalui penggunaan uang plastik. Penarikan sampel diambil dengan menggunakan metode proportional stratified random sampling dengan jumlah sampel 10 orang informan dari 3 kota yang berada di Wilayah Madura. Hasil dari penelitian ini antara lain : faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam transaksi belanja melalui penggunaan uang plastik di wilayah Madura adalah : Faktor kebudayaan terdiri dari budaya dan kelas sosial sangat berpengaruh dalam penggunaan uang plastik pada saat melakukan transaksi belanja, Faktor sosial terdiri dari atas kelompok orangtua, status sosial tidak berpengaruh, produk, promosi dan kualitas layanan sangat berpengaruh. Faktor pribadi dengan tiga item yakni usia tidak berpengaruh terhadap transaksi belanja dalam penggunaan uang plastik di wilayah Madura. Tingkat pendidikan, latar belakang pendidikan tidak mempengaruhi keputusan pembelian barang atau jasa oleh seseorang. Usia, semakin tua usia seseorang tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastik yang semakin tinggi pada suatu barang atau jasa. Sedangkan pekerjaan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik seseorang atau konsumen, artinya jika semakin khusus atau spesifik pekerjaan seseorang, maka seseorang tersebut semakin sering menggunakan uang plastik dalam transaksi belanja.

Kata-kata kunci: Perilaku konsumen, transaksi belanja, uang plastik

PENDAHULUAN

Penawaran sebuah produk pada saat ini yang dilakukan dengan berbagai cara oleh produsen dapat meningkatkan pola konsumsi masyarakat. Seperti halnya dengan memberikan diskon besar-besaran, banting harga, beli dua gratis satu ataupun siapa cepat dia dapat dan lain sebagainya dengan memberikan kemudahan dalam pembayaran sebuah transaksi pembelian menjadikan perubahan besar dalam perilaku konsumen. Dalam Pasar yang semakin intensif tingkat persaingannya, tuntutan konsumen yang semakin tinggi dan sangat ingin diperlakukan secara khusus, pemahaman akan konsumen begitu tinggi. Untuk itu sangatlah dibutuhkan pengetahuan tentang perilaku konsumen demi memuaskan konsumen dan memenangkan persaingan. Perilaku konsumen merupakan sebuah proses yang dilalui oleh seseorang atau organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Di masa sekarang masyarakat menginginkan sebuah kemudahan, kepraktisan serta kenyamanan dalam melakukan sesuatu hal baik dalam berbelanja karena keseharian mereka disibukkan dengan berbagai aktivitas dan berpacu dengan waktu. Di lain hal, dengan perkembangan zaman globalisasi ini perusahaan harus dapat menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat agar dapat tetap eksis dan dapat mempertahankan perusahaannya dengan berbagai cara yang inovatif dalam memenuhi segala kebutuhan dan keinginan konsumennya. Salah satu sumber daya dalam memenuhi kebutuhan konsumen adalah informasi. Perusahaan harus mampu menjawab tantangan zaman dengan berbasis teknologi.

Masyarakat Madura pada umumnya merupakan masyarakat konsumtif dengan segala keberagaman dalam perilaku pembelian sebuah produk. Dalam hal teknologi pun mereka mengikuti perkembangan era globalisasi ini dengan pemenuhan kebutuhan mereka. Mereka juga menginginkan kemudahan dalam segala transaksi. Seiring dengan pembangunan jembatan Suramadu, dalam bidang teknologi berjalan dengan sendirinya. Dampak

pembangunan tersebut dapat dilihat dengan tumbuh kembangnya pusat-pusat perbelanjaan di wilayah Madura, misalnya Bangkalan Plaza yang berdiri megah di kota Bangkalan, Golden Sweet Swalayan, dan ABC Swalayan Pamekasan, Bunga Swalayan di Sampang dan sentra-sentra kerajinan batik Madura dan toko camilan Madura tanpa harus jauh-jauh berbelanja ke Surabaya dengan menggunakan transaksi pembayaran yang praktis dan mudah untuk melayani konsumennya. Salah satu alat pembayaran yang dipergunakan untuk layanan konsumen adalah penggunaan uang plastik atau kartu plastik.

Perusahaan harus dapat menjawab persaingan dunia bisnis yang harus diiringi oleh perusahaan perbankan untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memberikan solusi terbaik bagi nasabahnya diantaranya dalam hal kemudahan, dan keamanan berbelanja sebuah produk. Salah satu bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak perbankan dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhan konsumennya adalah kartu plastik. Kartu plastik atau uang plastik dapat membantu nasabah dalam melakukan transaksi tanpa harus membawa uang tunai serta tanpa harus antri di bank untuk melakukan transaksi pembayaran maupun dalam mengambil sejumlah uang secara tunai. Kartu plastik memberikan kemudahan dan kepraktisan serta keamanan dalam melakukan segala transaksi dimanapun berada, kapanpun melakukan transaksi dapat menggunakan uang plastik.

Pembangunan jembatan Suramadu merubah kehidupan masyarakat Madura dengan berkembangnya industri. Kehidupan masyarakat Madura mengikuti pola kota-kota besar yang konsumtif disela-sela kesibukannya cenderung menginginkan sesuatu yang serba praktis, mudah, cepat, nyaman dan aman dalam pemenuhan segala kebutuhannya. Adanya uang plastik ini benar-benar dapat mendukung gaya hidup dalam berperilaku konsumtif. Mereka dapat memanfaatkan semua transaksi dengan uang plastik. Namun disatu sisi masih ada yang berpola tradisional dan lebih menyukai

melakukan transaksi secara tunai dalam berbelanja.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen dalam penggunaan uang plastik di wilayah Madura serta faktor-faktor apa saja yang memotivasi mereka untuk menggunakan uang plastik maupun tidak menggunakannya.

Sedangkan manfaat penelitian ini diharapkan dapat menjadikan sebuah informasi maupun *sharing* keilmuan dalam hal pengetahuan perilaku konsumen dalam penggunaan uang plastik serta diharapkan akan memberikan sebuah solusi terhadap kebutuhan akan penelitian selanjutnya tentang penggunaan uang plastik.

TINJAUAN TEORITIS

Singgih (2007), melakukan penelitian dengan judul Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Berbelanja di Supermarket Carrefour Yogyakarta. Hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada beberapa factor yang membedakan konsumen dalam melakukan kegiatan belanja di Carrefour Yogyakarta yaitu faktor yang pertama tentang faktor *hedonic value* yang terdiri dari variabel tata letak produk yang menarik, lampu penerangan yang memadai, alunan music, lokasi toko yang strategis dan keramahan karyawan. Adapun factor yang kedua adalah *utilitarian value* yang terdiri dari variable kelengkapan produk, layout produk, dan harga yang kompetitif.

Sedangkan Ahmad Fadlan Lubis dan Irsad Lubis (2012) dalam penelitiannya tentang Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan menyatakan bahwa banyaknya transaksi pembayaran melalui kartu kredit yang terjadi di kota Medan rata-rata dilakukan oleh masyarakat muslim yang berprofesi sebagai wiraswasta ataupun pedagang. Wiraswasta disini adalah pengusaha yang memiliki bisnis dagang yang cukup besar dan memberikan keuntungan yang cukup besar pada setiap bulannya.

Dari hasil penelitian diatas dapat dijadikan dasar pertimbangan bahwa penelitian ini merupakan pengembangan studi dengan perbedaan objek penelitian yakni di wilayah

Madura dan dengan persamaan variabel tentang perilaku konsumen dan penggunaan kartu kredit.

Perilaku Konsumen

Produsen sekaligus sebagai pemasar berfungsi untuk memberikan pelayanan terhadap konsumennya dengan pemenuhan segala kebutuhan dan keinginannya agar konsumen merasa puas. Dalam hal ini produsen harus dapat memahami bagaimana perilaku konsumennya agar dapat tercapai nilai kepuasan. Tercapainya tingkat kepuasan merupakan tujuan utama disamping profit bagi para produsen agar dapat mempertahankan konsumennya sehingga secara otomatis tingkat permintaan akan naik.

Schiffan dan Kanuk (2000) memberikan definisi tentang perilaku konsumen adalah sebagai berikut : “ *The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchashing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs.* ” (Istilah perilaku konsumen adalah perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhannya).

Menurut Mowen et.al. (2001) mengemukakan bahwa perilaku konsumen adalah studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi dan pembuangan barang dan jasa, pengalaman serta ide-ide. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah perilaku pembelian konsumen akhir baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal. Disisi lain Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang dan jasa untuk dikonsumsi pribadi.

Menurut Herdiana (2015) perilaku konsumen penting untuk dicermati oleh para pemasar karena beberapa hal diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Konsumen merupakan titik sentral pemasaran
2. Perubahan lingkungan yang cepat dapat mempengaruhi individu konsumen
3. Daur hidup produk (PLC) yang lebih pendek menyebabkan selera konsumen cepat berubah

4. Pasar global menyebabkan transfer informasi dan konsumen dari suatu negara ke Negara lain
5. Segmentasi pasar dilakuakn berdasarkan perilaku konsumen
6. Konsumen sulit diketahui kerjanya.

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang dilakukan dalam memilih, menentukan, mendapatkan, menggunakan, dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman, atau ide untuk memuaskan kebutuhan serta dampak proses-proses tertentu terhadap konsumen dan masyarakat. Perilaku konsumen mempelajari dimana, dalam kondisi macam apa, dan bagaimana kebiasaan seseorang membeli produk tertentu dengan merk tertentu. Pada tahap sebelum pembelian konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait produk dan jasa. Pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan pembelian produk, dan pada tahap setelah pembelian, konsumen melakukan konsumsi (penggunaan produk), evaluasi kinerja produk, dan akhirnya membuang produk setelah digunakan. Atau kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut Kesemuanya ini sangat membantu manajer pemasaran didalam menyusun kebijaksanaan pemasaran perusahaan. Proses pengambilan keputusan pembelian suatu barang atau jasa akan melibatkan berbagai pihak, sesuai dengan peran masing-masing.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Amstrong (2008) mengemukakan bahwa pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Budaya adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dan keluarga serta institusi penting lainnya. Dalam faktor social terbagi atas kelompok referensi, keluarga, peranan dan status. Sedangkan faktor pribadi

terdiri atas usia dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri. Adapun faktor psikologis terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan diri dan sikap.

Sedangkan Menurut Suyasa dan Fransisca (2005), Faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumen antara lain :

1. Hadirnya Iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional (Widiastuti, 2003)

2. Konformitas

Konformitas pada umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan adanya keinginan yang kuat pada remaja putri untuk selalu tampil menarik, sama dengan teman-temannya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

3. Gaya Hidup

4. Kartu Kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunaannya. Sehingga penggunaannya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang pada saat berbelanja.

Pada hakikatnya kebutuhan konsumen akan mengalami perubahan dalam hidupnya searah dengan adanya perubahan sosial, ekonomi dan budaya yang terjadi pada lingkungan dimana mereka hidup. Adanya perubahan tersebut akan mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu dalam pengambilan keputusan pembelian atau penggunaan suatu produk barang dan jasa.

Uang Plastik

Pengetahuan tentang kebutuhan dan karakteristik konsumen atau seorang nasabah sebagai sebuah karakteristik individu merupakan hal yang sangat mendasar yang dibutuhkan untuk pelaksanaan program kinerja bauran pemasaran berdasarkan perilaku konsumen

dalam pengambilan keputusan atau pembelian akan suatu produk atau jasa dalam bentuk transaksi belanja melalui uang plastik atau kartu kredit.

Penggunaan uang dalam jumlah yang cukup besar membawa resiko yang cukup tinggi dan berbahaya ketika uang tersebut harus dibawa secara tunai, salah satunya adalah munculnya resiko perampokan, pencurian, serta pemalsuan. Akibatnya, pengguna uang tunai semakin berkurang. Akhirnya, terciplah kartu plastic yang lebih dikenal dengan kartu kredit (*credit card*) menggantikan fungsi uang sebagai alat pembayaran.

Uang plastik yang dikeluarkan oleh bank atau lembaga keuangan yang memungkinkan pemegang kartu untuk memperoleh kredit atas suatu transaksi yang dilakukannya dan pembayarannya dapat dilakukan secara angsuran dengan membayar sejumlah bunga atau sekaligus pada waktu yang ditentukan. Dengan demikian dapat diasumsikan bahwa bank menerbitkan kartu plastic dengan maksud menjadikan kartu plastic sebagai alat pembayaran atas transaksi yang dilakukan.

Uang plastik memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi tanpa harus untuk berbagai mamembawa uang tunai dan harus datang ke bank yang bersangkutan untuk mengambil sejumlah uang tunai, berdasarkan pertimbangan tentunya uang plastik yang sudah berbentuk kartu dapat dibawa bepergian dengan praktis, dapat digunakan sewaktu-waktu, dan kemudahan penggunaan yang lainnya yakni dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan. Hal tersebut merupakan pelayanan yang dibutuhkan pada era globalisasi saat ini kebanyakan bank menggabungkan fungsi kartu-kartu plastic tersebut dengan alasan agar dengan menggunakan satu kartu bisa melakukan jenis transaksi yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif analitis dengan jenis penelitian study kasus. Menurut Maleong (2011) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untu memahami fenomena tentang apa yang dialami

oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain, secar holistik, dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Tipe penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan samplingnya sangat terbatas. Secara Deskriptif menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. (Kriyantono, 2009).

Penelitian ini dilaksanakan di Wilayah Madura yang tersebar di tiga kota yakni Bangkalan, Sampang dan Pamekasan ditentukan secara sengaja (*purposive*), karena banyaknya pengguna uang plastik dalam transaksi belanja. Untuk Wilayah Bangkalan sampel diambil di Bangkalan Plaza, Di Sampang diambil di Swalayan “Bunga”, sedangkan di Pamekasan diambil sampelnya di Golden Sweet Swalayan dan ABC Swalayan. Adapun pelaksanaan penelitian ini dilakukan dari bulan Maret sampai dengan bulan Juli Tahun 2017.

Informan yang dijadikan sebagai subjek penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja dengan memakai uang plastic di tiga kota yang berada di wilayah Madura dari berbagai profesi. Informan yang dijadikan subjek penelitian ini ada 10 orang diantaranya : Ibu Norlatifah sebagai ibu rumah tangga, Ny. Titin Suhartini sebagai PNS, Bapak Adnan sebagai wirausaha, Anita sebagai mahasiswi, Muhammad Azis sebagai karyawan swasta, Sesa Amalia sebagai mahasiswa, Aditya Purnomo sebagai pelajar, Vivin Yulianita sebagai Dokter Gigi, Subhan Faridi bekerja *freelance*, serta Hj.Maftuffah sebagai pedagang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan sampel *propotional stratified random sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proposional, tehknik ini dilakukan apabila anggota populasinya heterogen (tidak sejenis), yang bermakna pengambilan sampel adalah dari

anggota populasi yang dapat di temui dengan mudah yang dengan senang hati memberikannya kepada peneliti.

Adapun sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer yakni sumber yang didapatkan secara langsung dari responden dengan melakukan wawancara secara langsung yang dilakukan dengan konsumen dengan kriteria sebagai berikut :

1. Informan yang melakukan transaksi belanja melalui uang plastik di mall ataupun pertokoan di sekitar wilayah Madura
2. Berusia diatas 17 tahun
3. Mempunyai Kartu kredit atas nama pribadi

Informan pada penelitian ini adalah masyarakat yang berusia mulai 17 tahun keatas. Hal ini dinilai bahwa dengan usia tersebut sudah cukup mampu untuk memberikan pendapat dan pernyataan yang tidak berubah-ubah.

Tekhnik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara (informan) yang memberikan jawaban atas pertanyaan yang diajukan. Jenis pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara terbuka yakni menggunakan pertanyaan baku. Adapun pertanyaan yang diajukan secara sistematis antara lain melalui ucapan dan cara penyajiannya pun harus sama dengan pertanyaan untuk semua responden. Wawancara ini digunakan dengan tujuan agar mengurangi variasi yang bisa terjadi antara responden yang diwawancarai dengan yang lain atau mengurangi terjadinya kekeliruan atau kesalahan dalam memperoleh informasi.

2. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan analisis data dengan metode perbandingan tetap (*constant comparative method*) yakni secara tetap membandingkan katagori dengan katagori lainnya. Adapun tekhnik analisis datanya adalah sebagai berikut :

1. Reduksi data

Pada reduksi data diperlukan identifikasi satuan (unit) dari bagian terkecil yang ditemukan yang mempunyai makna bila dikaitkan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Kemudian membuat koding pada setiap satuan supaya tetap dapat ditelusuri data satuannya.

2. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan seperangkat daftar yang disusun atas dasar pikiran, instusi teorisi, pendapat, serta kriteria tertentu dengan cara mengelompokkan, merumuskan, serta menjaga agar data yang sudah disusun berdasarkan kategori satu sama lainnya berurutan.

3. Sintesisasi

Sintesisasi adalah mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya dengan adaya pemberian label lagi.

4. Menyusun Hipotesis Kerja

Hipotesa kerja dilakukan dengan cara merumuskan suatu pernyataan yang proposional.

Penelitian ini berisi tentang uraian-uraian yang menjadi objek penelitian yang ditinjau dari sisi teori yang relevan dan dapat berubah sesuai kondisi atau realita yang terjadi di lapangan pada saat penelitian dilaksanakan. Validitas dan reabilitas data yang akan digunakan oleh peneliti adalah :

1. Triangulasi

Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

2. Referensi

Adanya bahan pendukung untuk membuktikan data yang telah ditemukan. Misalnya data hasil wawancara harus didukung dengan adanya dokumentasi untuk mendukung kredibilitas data serta membandingkan dengan hasil penelitian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Data hasil penelitian ini diperoleh dari wawancara yang dilaukan terhadap 10 orang informan yang dianggap representatif terhadap obyek masalah penelitian. Adapun data responden dari 10 informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dra. Norlatifah berprofesi sebagai ibu rumah tangga
2. Dra. Titin Suhartini berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil di Pemkab Bangkalan
3. Bapak Adnan berprofesi sebagai wirausaha,
4. Anita sebagai mahasiswi,
5. Muhammad Azis sebagai karyawan swasta,
6. Sesa Amalia sebagai mahasiswi,
7. Aditya Purnomo sebagai pelajar
8. Vivin Yulianita sebagai Dokter Gigi
9. Subhan Faridi bekerja *freelance*, serta
10. Hj. Maftuffah sebagai pedagang

Data yang diperoleh dari wawancara tersebut dilakukan secara *face to face* antara pewawancara dengan informan atau responden yang sudah dipilih sebagai subjek penelitian ini. Kutipan hasil wawancara tersebut memaparkan jawaban responden yang beragam mengenai factor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam transaksi belanja melalui penggunaan uang plastik dengan tujuan untuk menemukan jawaban dalam rumusan masalah sehingga dapat terbukti atau tidak. Kutipan hasil wawancara dari informan penelitian ini secara terinci diuraikan dan dijelaskan dalam hasil penelitian.

Hasil penelitian ini berupa kutipan wawancara yang menjelaskan jawaban responden mengenai faktor-faktor atau alasan informan melakukan transaksi belanja melalui uang plastik. Kutipan hasil wawancara tersebut didasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Kotler (2008) yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen antara lain faktor budaya, factor social, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

1. Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan adalah kumpulan nilai dasar, persepsi, keinginan dan perilaku yang dipelajari oleh anggota masyarakat dan keluarga serta institusi penting lainnya. Faktor budaya terdiri atas budaya, sub budaya, dan kelas social. Sub budaya adalah kelompok masyarakat yang berbagi sistem nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Kebudayaan dapat dijadikan arah dalam bertindak dan berfikir sesuai dengan pengalaman yang sudah dimilikinya.

a. Budaya

Berikut ini adalah kutipan hasil wawancara mengenai pengaruh budaya dengan menggunakan uang plastik pada saat melakukan transaksi pembelian. Pernyataan dari informan yang bernama Ibu Dra. Norlatifah, Hj. Maftuffah Sebagai Pedagang dan Sesa Amalia Sebagai Mahasiswi adalah sebagai berikut :

“Ya, sangat berpengaruh karena lingkungan tempat tinggal saya banyak sekali yang memakai kartu ATM atau uang plastic pada saat belanja dipertokoan ataupun di mall, sehingga lama kelamaan sayapun memiliki kartu ini untuk dipergunakan disaat berbelanja di mal.”.

Beda halnya dengan pernyataan Aditya Purnomo dengan profesi pelajar dan Subhan Faridi sebagai Karyawan *freelance* yang menyatakan sebaliknya bahwa :

“Sangat tidak berpengaruh sekali bahwa dalam setiap transaksi belanja menggunakan kartu plastik melainkan dia sering menggunakan uang tunai dalam melakukan transaksi karena teman-temannya masih jarang yang mempunyai kartu ATM atau uang plastik. Kartu plastic bagi dia hanya sebatas untuk tabungan yang didapat dari orang tua bukan untuk berbelanja”.

Diantara lima responden lainnya menyatakan sependapat dengan pernyataan Ibu Norlatifah, Hj. Maftuffah dan Sesa Amalia yakni Dra. Titin Suhartini berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil di Pemkab Bangkalan, Bapak Adnan berprofesi sebagai wirausaha, Anita sebagai mahasiswi, Muhammad Azis sebagai karyawan swasta, serta Vivin Yulianita yang berprofesi dokter gigi. Dari 5 informan tersebut menyatakan bahwa sangat berpengaruh sekali apabila dilihat dari lingkungan tempat tinggal dan lingkungan mereka bekerja bahwa setiap transaksi belanja mereka banyak menggunakan uang plastik.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah pembagian yang relative permanen dan berjenjang dalam masyarakat yang para snggotanya berbagi nilai minat dan perilaku yang sama seperti halnya gaya hidup. Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang diwujudkan dalam aktivitas (pekerjaan, hobi, berbelanja, olahraga dan sebagainya, dan minat (makanan, mode, rekreasi, dan keluarga). Dan menurut Ibu Titin Suhartini yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil, Bapak Muhammad Azis Sebagai Karyawan Swasta mengungkapkan bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi seseorang menggunakan uang plastik dalam transaksi berbelanja. Berikut hasil kutipan wawancara dengan informan tersebut :

“Ya, sangat berpengaruh sekali faktor gaya hidup dengan menggunakan uang plastik dalam setiap berbelanja di mall karena perkembangan jaman menuntut untuk menggunakan fasilitas kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja sehingga dapat diakui sebagai masyarakat yang mengikuti perkembangan jaman“.

Pernyataan dari Ibu Titin Suhartini dan Bapak Muhammad Azis ini didukung oleh Sesa Amelia dan Anita yang keduanya sebagai Mahasiswi menyatakan bahwa sudah bukan jamannya lagi kita selalu memakai uang tunai disetiap transaksi belanja karena pelayanan perbankan sudah sangat canggih.

Disisi lain Ibu Hajjah Maftuffah dan Aditya Purnomo menyatakan sebaliknya bahwa penggunaan uang plastik bukan karena gaya hisup tapi merupakan sebuah kebutuhan keamanan dalam transaksi belanja. Berikut kutipannya :

“Tidak ada pengaruhnya gaya hidup dalam penggunaan uang plastik dalam berbelanja karena yang dia butuhkan adalah keamanan tanpa harus membawa uang banyak setiap berbelanja“.

Pernyataan para informan tersebut memperlihatkan bahwa gaya hidup

seseorang mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik. Hal ini didukung oleh pendapat Kotler (2001:183) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan membeli seseorang. Artinya bahwa gaya hidup dijadikan oleh konsumen sebagai bahan pertimbangan dalam keputusan penggunaan uang plastik dalam transaksi belanja.

Dari hasil kutipan wawancara dari seluruh informan dapat dikatakan bahwa faktor kebudayaan sangat berpengaruh dalam penggunaan uang plastik pada saat melakukan transaksi belanja. Gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, dan energi sehingga dengan memiliki uang plastic akan mengubah gaya hidup individu tersebut khususnya dalam melakukan transaksi belanja.

2.Faktor Sosial

Faktor sosial terdiri atas kelompok referensi, teman, keluarga peranan dan status. Dalam hal ini terbagi atas : Faktor orangtua, teman, status social, produk, harga, promosi, dan kualitas layanan.

a. Faktor Orang tua

Faktor orang tua masuk ke dalam kelompok primer yang mampu mempengaruhi perilaku pembelian seseorang, orang tua merupakan salah satu kelompok acuan, yaitu merupakan sumber referensi serta sumber masukan yang dapat memberikan informasi penting dan berharga tentang berbagai atribut produk yang ingin dibeli. Hal ini sesuai dengan ungkapan dari Kotler dan Armstrong (2001: 206) yang menyatakan bahwa keluarga seperti ayah, ibu, suami atau istri mempengaruhi dan menentukan pola keputusan pembelian. Orang tua merupakan keluarga yang dapat memberikan pengaruh terhadap tingkah laku seseorang, tentunya dalam hal keputusan pembelian barang atau jasa. Pernyataan ini tidak sama dengan yang dikemukakan oleh Aditya Purnomo dan

Subhan Faridi, Anita, Bapak Muhammad Azis, Sesa Amelia dan Vivin Yulianita seperti dalam kutipannya sebagai berikut :

“Tidak berpengaruh, atau lebih tepatnya dipengaruhi oleh rasa suka secara pribadi untuk memiliki uang plastik dalam melakukan segala transaksi pembayaran”.

Kutipan jawaban dari Ibu Noerlatifah dan Hajjah Maftuffah

“Ya ada, beberapa teman saya yang sudah terlebih dahulu memiliki uang plastic atau kartu ATM, sering mengajak saya untuk ikutan memiliki, bahkan membujuk saya untuk ikut-ikutan menggunakan uang plastic untuk berbelanja”.

Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan oleh beberapa informan seperti yang terdapat dalam kutipan tersebut memperlihatkan bahwa orang tua tidak mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian barang atau jasa. Orang tua hanya sekedar memberikan masukan, namun keputusan pembelian akhir diputuskan oleh individu sendiri tanpa mempertimbangkan masukan dari orang tua.

b. Faktor teman

Teman adalah tempat berbagi dalam berbagai hal, sehingga teman merupakan orang yang memberi pengaruh langsung terhadap seseorang. Hal tersebut dikarenakan apabila seseorang sering berinteraksi dengan temannya, secara otomatis segala masukan, saran serta informasi yang berasal dari teman cenderung dijadikan pertimbangan untuk mengambil keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan oleh kutipan hasil wawancara dengan Titin Suhartini, Anita, Sesa Amelia dan Subhan Faridi yang menyatakan bahwa teman dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik seperti kutipan jawabannya berikut ini:

“Ya, beberapa teman saya memang sering membujuk saya, yang pada akhirnya saya menggunakan kartu ATM

atau uang plastik juga, meskipun ada beberapa hal yang kadangkala saya menggunakan uang tunai dalam berbelanja”.

Semua kutipan jawaban yang berasal dari informan tersebut menunjukkan bahwa faktor teman yang merupakan bagian dari kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Artinya semakin teman membujuk atau mengajak seseorang untuk menggunakan uang plastik, maka seseorang tersebut semakin besar pengaruhnya dalam hal keputusan penggunaan uang plastik dalam bertransaksi.

c. Faktor status sosial

Peran terdiri dari aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada di sekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan statusnya dalam masyarakat (Kotler, 2001: 189).

Informan mengenai pengaruh status sosial terhadap keputusan pembelian dijelaskan dalam kutipan berikut :

Kutipan jawaban dari Bapak Muhammad Azis, Noerlatifah, Hj. Maftuffah dan Ibu Titin Suhartini:

“Tidak mempengaruhi juga, tetapi saya punya kartu ATM, tetapi bahwasannya status sosial atau jabatan tidak mempengaruhi saya”.

Kutipan jawaban dari Aditya Purnomo, Sesa Amelia dan Vivin Yulianita:

“Tidak, saya tidak mempunyai status apapun di masyarakat tempat saya tinggal, saya hanya warga biasa saja. Saya memiliki uang plastic sekedar kepuasan pribadi saja”.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara dari informan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa status sosial seseorang dalam masyarakat tidak mempengaruhi seseorang atau individu dalam transaksi

belanja dengan menggunakan uang plastik.

d. Faktor produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar/pembeli untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2006:197). Dalam kaitannya dengan keputusan membeli, faktor produk mempunyai peran yang sangat penting karena terkait dengan keuntungan dan nilai yang ditawarkan kepada konsumen. Jika keuntungan serta nilai yang didapat konsumen setelah mengkonsumsi produk sesuai atau bahkan lebih besar dari harapan mereka maka kemungkinan untuk membeli atau memakai produk tersebut kembali akan lebih besar dan sebaliknya (Kotler, 2001). Pendapat ini tidak didukung oleh kutipan jawaban dari Vivin Yulianita yaitu:

“Tidak, karena bukan transaksi belanja tapi lebih banyak digunakan untuk pembayaran yang lainnya misalnya membayar rekening listrik, telephone dan sebagainya”.

Sedangkan sesuai hasil wawancara diperoleh jawaban dari Subhan Faridi, Bapak Adnan, Titin Suhartini, Bapak Muhammad Azis seperti kutipan berikut ini

“Ya berpengaruh juga, karena tren yang ada sekarang, serta berbagai media massa seperti majalah, koran, internet maupun media lainnya banyak yang mempublikasikan berbagai macam – macam alat pembayaran dari seperti uang plastik atau kartu ATM”.

Sesa Amelia, Anita, dan Ibu Norlatifah juga berpendapat sama seperti jawaban yang berupa kutipan wawancara yaitu:

“Ya, karena tren yang ada sekarang, serta berbagai media massa terutama situs internet yang banyak menyajikan atau mempublikasikan berita maupun ulasan mengenai fasilitas belanja melalui uang plastik”.

Berdasarkan ungkapan dari semua informan seperti yang tercantum dalam kutipan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu plastic dalam transaksi belanja.

e. Faktor Promosi

Promosi mempunyai peran yang penting dalam mempengaruhi proses keputusan membeli oleh konsumen karena dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan pengertian antara pihak produsen dan konsumen (Kotler, 2001). Semakin sering promosi dilakukan, maka cenderung semakin besar keputusan pembelian konsumen pada produk yang dipromosikan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kegiatan promosi memang ditujukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Jawaban dari informan tentang pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian seperti yang diungkapkan oleh Anita, Ibu Titin Suhartini, Hj, Maftuffah dan Ibu Noerlatifah sebagai berikut :

“Ya berpengaruh, saya tertarik menggunakan uang plastic karena promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan”.

Subhan Faridi dan Vivin Yulianita menyatakan hal yang sama bahwa karena promosi di media social yang sering mereka lihat membuat mereka tertarik untuk memiliki uang plastik atau kartu ATM. Berikut kutipannya :

“Ya, promosi sangat berpengaruh dalam memiliki kartu plastik, saya tertarik karena di berbagai medsos selalu gencar mempromosikan berbagai fasilitas pelayanan apabila memiliki kartu plastik”.

Lain halnya dengan Aditya Purnomo dan Sesa Amelia yang berpendapat promosi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti kutipan hasil wawancara sebagai berikut :

“Tidak, saya tertarik memiliki uang plastic bukan karena promosi yang dilakukan oleh pihak perbankan yang membuat saya memiliki uang plastic atau kartu kredit akan tetapi karena saya butuh untuk keamanan dan kenyamanan bila sewaktu-waktu melakukan transaksi”.

Berdasarkan beberapa pernyataan seperti yang terdapat dalam kutipan jawaban informan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang. Hal ini didukung oleh Pendapat dari Kotler, (2001) promosi mempunyai peran yang penting dalam mempengaruhi proses keputusan membeli oleh konsumen karena dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan pengertian antara pihak produsen dan konsumen. Semakin sering promosi dilakukan, maka cenderung semakin besar keputusan pembelian konsumen pada produk yang dipromosikan tersebut.

f. Faktor kualitas layanan

Penelitian ini hanya digunakan tiga dimensi dari kualitas layanan yaitu fleksibel, keamanan, dan membantu dalam berhemat. Fleksibel artinya bahwa kartu plastic bisa melakukan transaksi belanja kapan saja dan dimana saja. Memberikan keamanan, artinya bahwa bagi setiap orang pasti tidak ingin mengalami kehilangan uang. Selain mengesalkan, kehilangan uang tentunya juga akan merugikan. Sedangkan membantu dalam berhemat artinya dengan memiliki uang plastic biasanya ada fasilitas layanan dari pihak perbankan bekerjasama dengan pihak perusahaan yang lain yang bergerak dibidang retail seperti tempat perbelanjaan, restoran, hotel yang biasanya memberikan diskon dengan syarat sesuai dengan kartu yang dimiliki. Perusahaan harus benar-benar berusaha menepatinya, karena apabila tidak ditepati malah akan menjadi *boomerang*. Jawaban informan tentang pengaruh kualitas layanan dalam penelitian ini dibatasi hanya tiga indikator saja yaitu fleksibel,

keamanan dan membantu dalam berhemat terhadap keputusan penggunaan uang plastic dalam transaksi belanja disajikan dalam kutipan berikut.

Kutipan jawaban dari Muhammad Azis sebagai berikut

“Sangat fleksibel, misalnya saja pada saat saya bepergian keluar kota, tiba-tiba ingin berbelanja sesuatu yang nilainya melebihi uang tunai yang saya bawa maka dengan uang plastic dengan mudah saya langsung membelinya dengan memakai uang plastic”.

Kutipan jawaban dari Titin Suhartini dan Hajjah Tuffah serta Noerlatifah yang sama menyatakan bahwa sangat fleksibel apabila menggunakan uang plastic, dimanapun, kapanpun bisa berbelanja dengan menggunakan uang plastic tersebut. Hal inipun didukung oleh saudara Sesa Amelia, Subhan Faridi, Anita, Aditya Purnomo dan Vivin Yulianita yang menyatakan bahwa : *“Ya, sangat fleksibel sekali penggunaan uang plastic ini dalam melakukan transaksi belanja dimanapun, dan kapanpun”.*

Adapun pengaruh faktor keamanan dalam penggunaan uang plastic dinyatakan dalam hasil wawancara antara lain :

Kutipan dari Sesa Amelia dan Anita :

“Ya, berpengaruh. Dengan membawa uang plastic saya tidak perlu lagi takut kehilangan uang”.

Pernyataan yang serupa juga dinyatakan oleh Ibu Titin Suhartini dan Subhan Faridi tentang keamanan dengan membawa uang plastic di pusat perbelanjaan lebih terjamin.

Serta Aditya Purnomo dan Hj. Maftuffah sependapat dengan pernyataan sebelumnya yakni :

“Ya berpengaruh. Di Sekolah dan dimanapun hanya menjaga satu kartu seluruh uang kita aman didalamnya”.

Hal ini didukung oleh pendapat Bapak Muhammad Aziz dan Noerlatifah yang menyatakan bahwa dengan memakai uang plastic akan lebih aman.

Pengaruh faktor yang menyatakan mambantu dalam berhemat dapat dipahami dari hasil wawancara berikut ini.

Dari kutipan Noerlatifah yang senada dengan Bapak Muhammmad Azis yang menyatakan bahwa faktor hemat mempengaruhi dalam penggunaan uang plastik. Hal ini juga didukung oleh Ibu Titin Suhartini yang dalam kutipannya adalah sebagai berikut :

“ Ya berpengaruh, saya seringkali diuntungkan setiap melakukan transaksi berbelanja sebagai konsumen yang memakai uang plastic karena seringkali mendapatkan potongan harga yang berkali lipat sehingga hanya membayar lebih sedikit dengan konsumen yang membayar secara tunai “.

Hj. Maftuffah pun menjawab pertanyaan tentang penghematan dalam berbelanja dengan memakai uang plastik yakni dalam kutipannya sebagai berikut :

“ Tidak berpengaruh, karena pada saat saya berbelanja secara partai biasanya tetap membayar seperti biasanya orang yang melakukan transaksi belanja secara tunai”.

Anita dan Sesa Amelia dalam kutipan yang sama menyatakan bahwa sangat berpengaruh faktor penghematan dalam berbelanja dengan memakai uang plastik yakni dalam hal mendapatkan diskon dalam belanja.

Subhan Faridi, Bapak Adnan dan Ibu Noerlatifah menyatakan hal yang sama bahwa ada pengaruh penggunaan uang plastik dalam transaksi belanja sesuai keduanya seperti dalam kutipan berikut ini :

“Ya berpengaruh, saya mendapatkan pesan lewat handphone bahwa apabila berbelanja di salah satu pertokoan dengan menunjukkan kartu plastik (A) akan mendapatkan diskon dan tambahan bonus sehingga hanya membayar dibawah harga konsumen yang lain yang membayar dengan uang tunai”.

Berdasarkan kutipan jawaban dari beberapa informan di atas dapat diketahui

bahwa kualitas layanan yang diwakili oleh fleksibelitas, keamanan, dan membantu dalam berhemat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastik dalam bertransaksi belanja. Jadi ketiganya dapat dijadikan referensi atau bahan pertimbangan atau masukan individu untuk menggunakan uang plastik.

3. Faktor Pribadi

Merupakan faktor dari dalam dan melekat pada diri individu yang dapat mempengaruhi perilaku keputusan pembelian, meliputi:

a. Faktor Usia

Apabila dikaitkan dengan keputusan kepemilikan uang plastik, maka seseorang yang umurnya lebih tua mempunyai lebih banyak aspek yang dipertimbangkan dan lebih hati-hati sebelum memutuskan penggunaan uang plastic dalam transaksi belanja suatu barang, dibandingkan dengan seseorang yang lebih muda usianya yang cenderung membeli suatu barang berdasarkan ego-nya saja dan satu aspek saja, misalnya hanya berdasarkan harga barangnya yang banyak diskonnya. Hal ini berarti bahwa usia dapat dikatakan mempunyai pengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastic dalam transaksi belanja. Berikut hasil wawancara dengan Ibu Noerlatifah yang merupakan ibu rumah tangga mengenai pengaruh usia terhadap keputusan penggunaan uang plastik yang disajikan dalam bentuk kutipan yaitu:

“Ya, menurut saya umur berpengaruh sama sekali terhadap keputusan penggunaan uang plastic dalam transaksi belanja seseorang”.

Disisi lain, usia juga dianggap tidak mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik seperti yang diungkapkan oleh Aditya Purnomo Bapak Muhammad Azis sebagai Karyawan Swasta:

“Tidak ada pengaruh, karena saya sebagai pelajar pun sewaktu-waktu pernah menggunakan uang plastik dalam transaksi belanja”.

Kutipan hasil wawancara dari dua narasumber di atas didukung oleh pernyataan dari informan atau narasumber lain yaitu Anita selaku mahasiswa yang dikutip sebagai berikut.

“Tidak ada, meskipun saya sejak SMP sudah tahu tentang uang plastik, namun alasan menggunakan uang plastik bukan dipengaruhi oleh usia, dan usia menurut saya tidak ada kaitannya dengan keputusan menggunakan kartu plastik”.

Sedangkan pendapat dari Sesa Amelia selaku mahasiswa juga mendukung atau memperkuat seluruh kutipan informan di atas bahwa usia tidak mempengaruhi keputusan pembelian.

Lain halnya pendapat Hajjah Maftuffah dan Subhan Faridi yang menyatakan bahwa :

“Ya berpengaruh, karena apabila masih berusia dibawah umur seperti dibawah 17 tahun tentunya belum paham tentang keamanan, nyaman dalam memanfaatkan kartu plastik”.

Pendapat yang berbeda dikemukakan oleh informan terakhir yakni Titin Suhartini, Vivin Yulianita, dan Bapak Adnan sebagai wirausaha dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa usia atau umur tidak mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik.

Berdasarkan kutipan hasil wawancara dari semua informan penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa usia tidak mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik. Artinya bahwa semakin tua usia seseorang tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastik yang semakin tinggi pada suatu barang atau jasa. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2001:144) yaitu umur dan tahap daur hidup mempengaruhi keputusan pembelian.

b. Faktor Pendidikan

Pendidikan seseorang mempengaruhi cara pandangnya terhadap diri dan lingkungannya, sehingga akan berbeda sikap orang yang berpendidikan lebih

tinggi dan berpendidikan rendah dalam kaitannya dengan keputusan pembelian. Hal ini dapat dikatakan bahwa seseorang yang berpendidikan cenderung lebih banyak mengetahui ciri-ciri barang yang berkualitas dan layak untuk dibeli daripada seseorang yang tidak berpendidikan, sehingga dalam melakukan keputusan penggunaan uang plastik sangat hati-hati dan penuh pertimbangan. Pengaruh pendidikan terhadap keputusan pembelian diuraikan dalam hasil wawancara dengan Bapak Adnan, Subhan Faridi dan Aditya Purnomo seperti berikut ini:

“Tidak berpengaruh, malahan tidak ada kaitannya sama sekali antara tingkat pendidikan, baik itu dari tingkat pendidikan yang terendah sampai ke jenjang pendidikan perguruan tinggi dengan gelar sarjana atau master tetap tidak berpengaruh dengan keputusan saya menggunakan uang plastic dalam berbelanja”.

Hal ini sesuai dengan jawaban dari Aditya Purnomo yang mengatakan bahwa pendidikan tidak berpengaruh terhadap keputusan.

Jawaban yang sama juga diungkapkan oleh Sesa Amelia dan Noerlatifah yang menjadi salah satu informan dalam penelitian ini, menyatakan dalam kutipannya sebagai berikut.

“Keputusan saya untuk menggunakan uang plastic dalam transaksi belanja tidak dipengaruhi oleh tingkat pendidikan”.

Sedangkan menurut Hajjah Maftuffah, Muhammad Aziz, dan Vivin Yulianita menyatakan hal yang serupa bahwa tidak ada pengaruhnya penggunaan uang plastik dengan tingkat pendidikan seseorang.

Berdasarkan jawaban semua informan di atas, yang ditulis dalam bentuk kutipan hasil wawancara, maka dapat diketahui bahwa latar belakang pendidikan tidak mempengaruhi

keputusan pembelian barang atau jasa oleh seseorang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka seseorang tetap tidak memutuskan untuk membeli barang atau jasa. Dengan kata lain, seseorang tidak mempertimbangkan latar belakang pendidikannya saat memutuskan untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa.

c. Faktor Pekerjaan

Seseorang yang bekerja, pengetahuannya akan lebih luas dari pada seseorang yang tidak bekerja, karena dengan bekerja seseorang akan banyak mempunyai informasi dan pengalaman. Artinya bahwa orang yang bekerja lebih banyak memiliki informasi tentang berbagai karakteristik barang yang akan dibelinya, atau bahkan barang yang akan dibeli disesuaikan dengan pekerjaannya. Hal ini memperlihatkan bahwa pekerjaan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang terhadap barang. Jawaban informan tentang pengaruh pekerjaan terhadap keputusan penggunaan uang plastik dalam transaksi belanja diutarakan oleh Sesa Amelia, Aditya Purnomo Dan Anita yaitu:

“Tidak berpengaruh, saya mempunyai uang plastic meski belum bekerja karena orangtua yang menginginkannya untuk memudahkan segala macam transaksi pembayaran”.

Sedangkan menurut Muhammad Azis menyatakan dalam kutipannya sebagai berikut :

“Ya, hanya orang atau mempunyai pekerjaan yang banyak menggunakan uang plastic dengan salah satu alasan yang didasarkan pada pekerjaannya.”.

Pekerjaan memang kadangkala dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh orang-orang tertentu untuk memutuskan membeli suatu barang atau jasa. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Titin Suhartini dan Subhan Faridi yang merupakan informan penelitian yang tertuang dalam kutipan hasil wawancara yaitu :

“Ya berpengaruh sih, orang yang bekerja akan berfikir lebih luas untuk memperoleh kenyamanan dan kemudahan dengan menggunakan uang plastic dalam berbelanja”.

Norlatifah selaku informan penelitian ini kurang sependapat dengan menyatakan bahwa pekerjaan tidak berpengaruh pada penggunaan uang plastic dalam berbelanja, dengan kutipannya sebagai berikut :

“ Tidak berpengaruhlah, karena sayapun tidak bekerja setiap belanja ke mall sering menggunakan uang plastic sebagai alat pembayaran”.

Menurut Vivin Yulianita dan Bapak Adnan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kartu plastic, seperti bunyi kutipan hasil wawancaranya yaitu:

“Ya, berpengaruh sekali karena dengan mempunyai pekerjaan menimbulkan adanya peluang untuk memiliki kartu plastic”

Kutipan jawaban dari seluruh informan penelitian di atas memperlihatkan bahwa pekerjaan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastic seseorang atau konsumen, artinya jika semakin khusus atau spesifik pekerjaan seseorang, maka seseorang tersebut semakin sering menggunakan uang plastic dalam transaksi belanja. Pernyataan ini sesuai dengan pendapat dari Kotler (2001:144) bahwa pekerjaan merupakan salah satu dimensi dari faktor pribadi yang mempengaruhi tingkah laku konsumen dalam melakukan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Faktor yang mempengaruhi seorang konsumen dalam transaksi belanja dalam penggunaan uang plastic di wilayah Madura adalah :
 - a. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya dan kelas sosial sangat berpengaruh dalam

- penggunaan uang plastik pada saat melakukan transaksi belanja.
- b. Faktor sosial terdiri dari atas kelompok orangtua, teman, status sosial, produk, promosi dan kualitas layanan. Orang tua tidak mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian barang atau jasa. Orang tua hanya sekedar memberikan masukan, namun keputusan pembelian akhir diputuskan oleh individu sendiri tanpa mempertimbangkan masukan dari orang tua. faktor teman yang merupakan bagian dari kelompok referensi dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik dalam berbelanja. Status sosial seseorang dalam masyarakat tidak mempengaruhi seseorang atau individu dalam transaksi belanja dengan menggunakan uang plastik. Produk uang plastik berpengaruh dalam transaksi belanja serta kualitas layanan dengan tiga indikator yaitu fleksibel, keamanan dan membantu dalam berhemat sangat berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastik dalam transaksi belanja.
- c. Faktor pribadi dengan tiga item yakni usia tidak berpengaruh terhadap transaksi belanja dalam penggunaan uang plastik di wilayah Madura. Tingkat pendidikan, latar belakang pendidikan tidak mempengaruhi keputusan pembelian barang atau jasa oleh seseorang. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka seseorang tetap tidak memutuskan untuk membeli barang atau jasa. Dengan kata lain, seseorang tidak mempertimbangkan latar belakang pendidikannya saat memutuskan untuk membeli atau menggunakan barang atau jasa. Usia, semakin tua usia seseorang tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan uang plastik yang semakin tinggi pada suatu barang atau jasa. Sedangkan pekerjaan merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi keputusan penggunaan uang plastik seseorang atau konsumen, artinya jika semakin khusus atau spesifik pekerjaan

seseorang, maka seseorang tersebut semakin sering menggunakan uang plastik dalam transaksi belanja.

Adapun saran dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagi pihak perbankan dan perusahaan retail hendaknya mempertimbangkan faktor internal lainnya seperti, hobi konsumen dalam berbelanja, selera, dan rasa suka serta faktor eksternal seperti standart kepemilikan uang plastik, dan kualitas produk yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dalam menggunakan uang plastik meningkat dimasa yang akan datang.
2. Bagi peneliti yang selanjutnya hendaknya menambahkan jumlah informan yang lebih dari 10 orang, karena semakin banyak jumlah informan cenderung hasil penelitiannya relatif mendekati kenyataannya yang terjadi di lapangan, serta menambahkan variabel lainnya untuk dianalisis seperti atribut produk, merek, objek perusahaan retailnya lebih jelas, nama perbankan sebagai objek penelitian dan sebagainya.
3. Pihak perbankan harus lebih peka terhadap karakteristik nasabahnya serta untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dalam menghadapi persaingan global dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadlan A.L, Irsyad. 2012. *Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1, No.1 Desember. <http://media.neliti.com.publications>.
- Herdiana, 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia. Bandung
- Moleong, Lexy. J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Prehallindo, Jakarta.

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2010. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller. 2009. *Marketing Management*, Prentice Hall, New Jersey.
- Lubis, Ahmad. 2012. *Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan Vol.1 Desember.
- Mowen, J.C, Michael Minor. 2001. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa oleh Lina Salim Jilid 1 Edisi ke 5. Jakarta. Erlangga.
- Prasetijo, Ristiyanti dan Lhalauw, John. 2009. *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta.
- Singgih, Santoso. 2007. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Untuk Berbelanja di Supermarket Carrefour Yogyakarta*. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis Vol.2 No.1 Universitas Duta Wacana.
- Soeratno, H. & Badrudin, R. 1998. *Perubahan sikap dan perilaku konsumen dalam berkonsumsi dengan menggunakan kartu kredit*. *Telaah Bisnis*, 1, 3, 1-10.
- Solomon, M.R. 1992. *Consumer Behavior : Buying, Having, and Being*. Boston: Allyn and Bacon.
- Schiffman, Leon G. Kanuk, Leslie Lazer. 2005. *Consumer Behaviour*. Prehallindo, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2008. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2016. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. ALFABETA. Bandung.
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. *Phorenesis*, Vol.7, No.2, 172- 198.
- Widiastuti,R. 2003. *Konsumerisme Vs Konsumtivisme*. <http://www.kompas.com/kompascetak/0303/17/swara/179355.htm> diakses 27 Maret 2015