



Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Wanita di Toko Emas Sumenep, Madura

Nabila Afiyah Rahmania
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Malang

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between the consumerist lifestyle to a decision to purchase gold jewelry on the female customers at gold shop in Sumenep, Madura. In this research using an inductive approach. The research method used is qualitative and the research type is research of phenomenology. Data collection techniques in this research using observation techniques, in-depth interviews and documentation. The results of this study showed that: female customers of Madura, which is located in the City of Sumenep villages Bangselok average buying gold has a factor of the lifestyle of the consumer and influenced by the low to high income. A consumptive lifestyle on female customers tend to purchase gold jewelry for the desire in fashion appearance but also the influence of the culture of the people of Madura are very happy to use the gold jewelry looks exaggerated and use gold jewelry gives the effect of confidence and her image.

Keywords: Consumptive Lifestyle, Purchase Decision, Female Customers

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas pada pelanggan wanita di toko emas Sumenep Madura. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan induktif. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan jenis penelitiannya adalah penelitian fenomenologi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Pelanggan wanita Madura yang berada di Desa Bangselok Kota Sumenep rata-rata membeli emas memiliki faktor gaya hidup konsumen dan dipengaruhi oleh pendapatan rendah hingga tinggi. Gaya hidup konsumtif pada pelanggan wanita cenderung membeli perhiasan emas karena keinginan dalam berpenampilan fashion tetapi juga pengaruh budaya masyarakat Madura yang sangat senang menggunakan perhiasan emas terlihat berlebihan dan menggunakan perhiasan emas memberikan efek percaya diri dan kewanitaan. gambar.

Kata kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Keputusan Pembelian, Pelanggan Wanita

PENDAHULUAN

Sepanjang sejarah manusia terlepas dari ras, budaya dan agama, perhiasan telah ada sebagai bentuk ekspresi integral, kekayaan dan status sosial. Perhiasan adalah benda yang digunakan manusia untuk memperindah diri guna mencitrakan dirinya. Perhiasan merupakan kebutuhan tersier dan tergolong mewah yang hanya dapat dipenuhi ketika kebutuhan primer dan sekunder telah terpenuhi. Namun pada era modern saat ini, perhiasan sudah menjadi kategori kebutuhan primer yang harus dipenuhi karena seringkali terjadi seseorang mengatakan perhiasan merupakan kebutuhan padahal sebetulnya yang dimaksud adalah keinginan diri saja untuk mendapatkan perhiasan guna mencitrakan diri.

Berbagai jenis perhiasan dibuat berdasarkan perkembangan *trend fashion*, seni budaya, perekonomian, dan gaya hidup masyarakat saat ini. Perhiasan terbuat dari emas, perak,



tembaga, platinum, titanium dan lain-lain yang terdiri dari berbagai macam bentuk mulai dari cincin, kalung, gelang, liontin dan lain-lain. Namun yang paling diminati oleh masyarakat modern saat ini salah satunya adalah perhiasan yang terbuat dari emas. Fakta bahwa kebanyakan perhiasan terutama emas digunakan wanita terutama di daerah Madura, terlihat dari sehari-hari wanita sangat senang menggunakan cincin, kalung, liontin, anting-anting dan gelang. Apalagi yang suka akan kemewahan sudah pasti perhiasan menjadi hal wajib dikenakan untuk berdandan dan mempercantik diri.

Setyawan (2010) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa meningkatnya permintaan masyarakat akan investasi emas sudah terbukti meskipun harganya terus berubah. Adapun hasil dari penelitian Octavia (2009) terhadap konsumen perhiasan emas, diketahui bahwa sebagian besar konsumen yang berusia 20-30 tahun membeli emas hanya untuk dijadikan perhiasan. Dalam membeli suatu barang, konsumen cenderung memperhatikan dan mengevaluasi produk, jasa, atau ide yang diharapkan dapat memuaskan dirinya untuk kebutuhan hidupnya. Hal tersebut akan menghasilkan suatu rencana keputusan yang terdiri dari satu atau lebih keinginan berperilaku yang disebut dengan keputusan pembelian. Menurut Roedjinandari (dalam Marolla, 2013), faktor-faktor dalam keputusan pembelian adalah (a) faktor budaya, (b) faktor sosial, (c) faktor pribadi, dan (d) faktor psikologis. Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian, ialah : (a) pertimbangan dalam membeli, (b) ketepatan dalam memilih merek, (c) prioritas dalam membeli, dan (d) kemantapan membeli. Gaya hidup merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumen ini.

Gaya hidup mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan menggambarkan cara mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Jika seseorang memiliki gaya hidup dengan membeli barang secara berlebihan yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang, ia akan menjadi seseorang yang konsumtif. Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan tidak terkontrol. Di era saat ini, gaya hidup menjadi bagian dari kebutuhan manusia yang bisa berubah tergantung keinginan seseorang untuk mengubahnya. Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai gaya hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat), (Setiadi, 2003:148). Gaya hidup ini bisa dinilai relatif tergantung penilaian dari orang lain. Menurut Kotler dan Amstrong (dalam Putri, 2013), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif adalah faktor budaya (serangkaian nilai perilaku, persepsi, referensi perilaku melalui proses sosialisasi serta interaksi terhadap lingkungannya), faktor sosial (kelompok referensi), faktor pribadi (usia, pekerjaan, dan status sosial ekonomi), faktor psikologi (motivasi, emosi, persepsi, dan sikap). Menurut Lina dan Rasyid (dalam Fardhani & Umi, 2013). Aspek gaya hidup konsumtif meliputi aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian berlebihan. Menurut sumartono (dalam astuti, 2013), indikator gaya hidup konsumtif yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), serta munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.



METODE

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan induktif dengan metode kualitatif dan dengan jenis fenomenologi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian yaitu kalangan wanita Madura yang ada di Sumenep, Madura. Penelitian ini menggunakan kualitatif dikarenakan peneliti ingin mendapatkan gambaran yang jelas mengenai adanya hubungan gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas di toko emas di Sumenep, Madura. Sedangkan jenis penelitian fenomenologi bertujuan untuk mengungkapkan dan mempelajari serta memahami dari fenomena gaya hidup konsumtif di kalangan wanita Madura yang berhubungan dengan keputusan pembelian perhiasan emas di toko yang ada di Sumenep, Madura.

Kehadiran peneliti sebagai instrument penelitian, peneliti bertindak sebagai perencana, pelaksana, pengumpulan data, penganalisis data, penafsiran data, serta pada akhirnya pembuat laporan penelitian. Peneliti hadir dilapangan dan berinteraksi langsung dengan subjek yang akan diteliti, dimana dalam penelitian ini subjek yang diteliti yakni pelanggan wanita di toko emas Sumenep, Madura.

Data dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer. Sumber data primer diperoleh langsung dari narasumber atau subjek yang diteliti melalui observasi dan wawancara. Subjek penelitian ini merupakan pelanggan wanita di toko emas Sumenep, Madura.

Teknik pemilihan responden dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* ini peneliti memilih atau mengambil sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu dalam penelitian ini yaitu peneliti memilih (1) kalangan wanita Madura antara usia 20 – 50 tahun, (2) gaya hidup konsumtif mereka dengan keputusan pembelian perhiasan emas yang berbeda-beda. Kalangan wanita Madura dengan gaya hidup konsumtif yang berhubungan dengan keputusan pembelian perhiasan emas di toko emas diharapkan mampu memberikan informasi yang diperlukan peneliti mengenai analisis adanya hubungan gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan di toko emas. Setelah peneliti menemukan informan yang diinginkan, kemudian peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam untuk menggali informasi yang lebih mendalam lagi.

Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Observasi

Jenis pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pengamatan partisipan. Peneliti terjun langsung ke lapangan bertujuan untuk mengetahui secara umum kasus apa yang sebenarnya terjadi dilapangan yang menjadi fokus penelitian.

2. Wawancara Mendalam

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yakni wawancara mendalam dengan pelanggan wanita di toko emas. Sebelum melakukan wawancara di lapangan, penulis mempersiapkan daftar pertanyaan yang terkait dengan fokus penelitian dan pertanyaan tambahan yang disesuaikan dengan respon informasi untuk memperoleh hasil data penelitian. Wawancara dilakukan pada tanggal 26 Februari hingga 30 April 2020.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan informasi atau memperoleh bukti-bukti yang kuat dan nyata. Peneliti menganalisis data-data yang diperoleh dari informan, hasil pencatatan yang dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi diperlukan untuk mengumpulkan,



merekam, dan melengkapi data yang telah diperoleh melalui proses observasi dan wawancara, serta dokumen-dokumen pendukung tentang kondisi masyarakat yang berupa foto-foto kegiatan yang dilakukan oleh peneliti dengan informan dari semua pihak.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan peneliti ada 3 tahap :

1. Reduksi Data

Keseluruhan data yang diperoleh melalui catatan lapangan kemudian dirangkum, memfokuskan pada hal-hal penting, membuang data yang tidak diperlukan sehingga pada proses reduksi data yang dilakukan akan memperoleh gambaran yang lebih detail dan rinci serta memudahkan peneliti dalam melakukan analisis.

2. Penyajian Data

Setelah melakukan reduksi data, langkah analisis data berikutnya adalah melakukan penyajian data. Data mengenai hubungan gaya konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas pada pelanggan Wanita di toko emas Sumenep, Madura, yang disajikan dalam bentuk penyajian data berupa paparan dengan menggunakan kata-kata narasi atau dapat dikatakan dengan memberikan gambaran secara keseluruhan dalam penelitian.

3. Menarik Kesimpulan

Langkah selanjutnya yakni menarik kesimpulan, data yang telah diolah dan disajikan kemudian dapat ditarik kesimpulan mengenai hubungan gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas pada pelanggan wanita di toko emas Sumenep, Madura. Kesimpulan awal masih bersifat sementara serta akan mengalami perubahan jika tidak ditemukan bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tapi jika kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti, dengan demikian peneliti akan memperoleh kesimpulan yang benar benar valid dan sesuai dengan kondisi lapangan.

Pengecekan Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui derajat kepercayaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi dalam pengumpulan data, sehingga data yang diperoleh lebih konsisten dan menjadi suatu data yang valid dan bisa dipertanggung jawabkan. Pengecekan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sebagai berikut :

- 1) Triangulasi Sumber yang dimaksud yakni memeriksa data yang didapatkan melalui beberapa sumber. Triangulasi sumber dalam penelitian ini yakni sumber data dari seseorang yang dirasa mengenal baik dan tahu tentang perilaku informan dengan tujuan membandingkan jawaban informan dan pendapat orang lain tentang informan.
- 2) Triangulasi Teknik yang di maksud yakni peneliti harus mengemukakan penelitiannya dengan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data. Dan dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yakni observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi.

Tahap-tahap Penelitian

Penelitian ini dilakukan berdasarkan empat tahapan yaitu:

1. Tahap Pra-Lapangan



Pada tahap ini peneliti melakukan observasi awal dengan mengobrol dengan pelanggan wanita di toko emas, untuk mengetahui bagaimana gaya hidup konsumtif pelanggan wanita di toko emas dengan keputusan pembeliannya.

2. Tahap Pengajuan Proposal

Pada tahap ini terlebih dahulu peneliti mengajukan judul dan proposal penelitian kepada dosen pembimbing. Keterlibatan dosen pembimbing dalam proposal skripsi ini untuk memberikan kritik dan saran demi penyempurnaan penelitian.

3. Tahap Pelaksanaan

Penelitian dilakukan pada bulan Februari 2020 sampai dengan April 2020. Pada tahap pelaksanaan peneliti melakukan observasi, wawancara mendalam dan mengambil foto mengenai hubungan gaya hidup konsumtif dengan keputusan pembelian perhiasan emas pada pelanggan wanita di toko emas Sumenep, Madura. Pengecekan keabsahan data, dilakukan setelah semua data dan informasi diperoleh dengan menggunakan metode triangulasi sumber terhadap orang terdekat informan. Setelah semua data terkumpul kemudian peneliti akan menganalisis data yang telah diperoleh, memahami fenomena yang terjadi dilapangan, menyeleksi data, memaparkan hasil temuan dan menyimpulkan data yang diperoleh peneliti.

4. Tahap Pelaporan

Tahap akhir yaitu pelaporan hasil penelitian ini dengan menyusun laporan terhadap hasil penelitian yang telah dilakukan. Temuan data dianalisis dan dilakukan pemaknaan data sehingga mudah dipahami. Berdasarkan pemaknaan data tersebut dapat ditarik kesimpulan penelitian, kesimpulan tersebut disajikan dalam bentuk laporan yang berisi data yang detail dan jelas. Sistematika penulisan laporan skripsi ini harus berdasarkan Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Universitas Negeri Malang (PPKI UM) tahun 2017

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum lokasi penelitian

Lokasi penelitian terletak pada salah satu toko emas di Kelurahan Bangselok. Salah satu Kelurahan di kawasan Kecamatan Kota Sumenep memiliki benang merah dengan peristiwa peralihan dinasti di masa Keraton. Nama Bangselok juga bisa dikata lebih tua dibanding nama Desa atau Kelurahan di kawasan Kota. Usia penamaan Bangselok sendiri sudah lebih lima abad. Lurah yang menjabat di kelurahan Bangselok adalah bapak Mohammad Fajar Hidayat, S.IP, MM.

Secara geografis, luas wilayah kelurahan bangselok adalah 43 Ha. Terdapat 1 Lembaga Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan (LPMK). Kelurahan Bangselok memiliki 4 dusun, 4 RW dan 22 RT. Jumlah kependudukan pada kelurahan Bangselok adalah 5370 jiwa. Penduduk yang bertempat tinggal di kelurahan Sumenep menganut beragam agama seperti agama Islam, Katolik, Protestan, Hindu dan Budha. Terdapat 5253 orang yang menganut agama Islam, 56 orang yang menganut agama kristen Katolik, 34 orang yang menganut agama kristen Protestan, 1 orang menganut agama Hindu, dan 26 orang menganut agama Budha. Tempat ibadah di kelurahan Bangselok terdapat 1 masjid dan 13 surau/musholla. Lokasi penelitian dilakukan di Toko Emas Nawawi merupakan salah satu toko emas yang terkenal di kota Sumenep, Madura di kelurahan Bangselok. Toko emas ini berada di Jl. Diponegoro No.7, Dalem Anyar, Bangselok, KotaSumenep, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. Toko emas ini sudah menjadi langganan masyarakat yang berada di kota Sumenep. Toko emas Nawawi yang berada di Sumenep merupakan cabang dari toko emas Nawawi yang ada di Probolinggo. Toko emas ini buka pada pukul 09.00 wib sampai pukul 16.30 wib. Titik ramai pada toko ini sekitar pukul 09.00 wib sampai jam 13.00 wib. Pelanggan pada toko emas ini



beragam sekali. Dimulai dari kalangan muda umur 20-30 tahun, ada juga kalangan dewasa yang berusia 30 tahun keatas. Sangat beragam model emas pada toko emas Nawawi ini. Mulai dari gelang, cincin, anting-anting, gelang kaki, dan kalung. Emas yang dijual mulai dari golongan 6-24 karat dan berat mulai dari 1 gram-1 kilogram.

Temuan Penelitian

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa pelanggan wanita Madura yang berada di Kota Sumenep kelurahan Bangselok rata-rata yang membeli emas memiliki faktor dari gaya hidup yang konsumtif dan dipengaruhi oleh rendah tingginya pendapatan sebagai berikut .

- a. Faktor gaya hidup konsumtif dan rendah tingginya pendapatan
 - 1) Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapatkan hasil bahwa pelanggan wanita Madura di Kelurahan Bangselok, Kota Sumenep membeli perhiasan emas akibat dari gaya hidup konsumtifnya dan pendapatan yang diterima setiap bulannya. Faktor gaya hidup konsumtif ini beragam dari informan satu dengan yang lainnya. Gaya hidup konsumtif pada pelanggan wanita cenderung ke pembelian perhiasan emas untuk keinginan pada penampilan fashion nya.
 - 2) Pengaruh budaya orang Madura yang sangat senang menggunakan perhiasan emas yang terlihat berlebihan. Orang Madura terutama pada wanita, menggunakan perhiasan emas merupakan suatu barang yang harus dimiliki dan menggunakan perhiasan emas memberikan efek percaya diri dan citra dirinya.
 - 3) Rendah tingginya pendapatan yang diperoleh pelanggan wanita setiap bulannya sangat beragam dari informan satu dengan yang lain. Menurut wawancara yang peneliti lakukan, pendapatan sangat berpengaruh pada pembelian perhiasan emas.
- b. Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas
Berdasarkan hasil penelitian, gaya hidup konsumtif pelanggan wanita pada pembelian perhiasan emas di toko emas terdapat hubungan dengan keputusan pembeliannya. Pelanggan wanita yang cenderung bergaya hidup konsumtif yang tinggi, ia rendah dalam memutuskan atau mempertimbang suatu keputusan untuk membeli perhiasan emas. Sedangkan pelanggan wanita yang bergaya hidup konsumtif rendah dalam pembelian emas, ia tinggi dalam mempertimbangkan keputusannya membeli perhiasan emas atau tidak.

Gaya Hidup Konsumtif pada Pelanggan Wanita di Sumenep, Madura

Istilah gaya hidup pada awalnya diperkenalkan oleh Max Weber. Ia mengatakan status sosial yang terutama ditentukan oleh gaya hidup orang, lebih di tentukan oleh cara orang mengkonsumsi ketimbang cara orang memproduksi (Weber, 1996:26). Gaya hidup lebih diidentikkan dengan perilaku konsumtif individu untuk mendapatkan citra diri yang baik dan dipandang pada kelas atas oleh orang lain. Hal ini sesuai dengan penelitian pada beberapa mahasiswa bahwa mereka cenderung membeli barang lalu dipublikasikan di sosial media agar mereka mendapatkan eksistensi yang tinggi dimata orang lain.

Beberapa narasumber berpendapat bahwa gaya hidup adalah apa yang ingin mereka lakukan dalam kegiatan sehari-hari yang tentunya setiap pelanggan wanita berbeda-beda. Gaya hidup selalu melekat dalam kehidupan seseorang, karena gaya hidup juga dapat disebut kepribadian dan pola hidup seseorang dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2009:166) gaya hidup konsumen adalah cara hidup konsumen yang terlibat melalui aktifitas sehari-hari baik melalui minat maupun pendapatan konsumen.

Mayoritas pelanggan wanita pada toko emas di Sumenep Madura yang membeli emas akan mendahulukan keinginan mereka daripada kebutuhannya. Namun semua tergantung rendah tingginya penghasilan masing-masing. Pelanggan wanita cenderung akan menuruti



keinginannya ketika ada penghasilan. Ketika mereka membeli sesuatu, beberapa mengaku ingin membeli barang yang sama namun dengan model yang lain. Seperti kerudung, baju, make up dan lain-lain. Tidak dipungkiri kebutuhan sebagai wanita sangat beragam daripada pria. Mereka mengatakan bahwa membeli emas digunakan untuk kebutuhan fashion mereka dan menunjang kepercayaan diri dalam berpenampilan. Pelanggan wanita Madura khususnya di Sumenep, menganggap bahwa emas merupakan perhiasan yang wajib mereka punya. Hal ini dibuktikan bahwa beberapa narasumber pelanggan wanita menyatakan bahwa wanita seharusnya menjaga dan memperindah penampilan, yaitu dengan menggunakan perhiasan emas. Beberapa narasumber dari 1-14 mereka mempunyai kadar dan selera yang berbeda-beda pada perhiasan emas. Ada yang memiliki kesukaan dari yang rendah sampai tinggi dalam menggunakan emas dalam kegiatan sehari-hari maupun dipakai di acara tertentu seperti acara pernikahan, acara hajatan dan lain sebagainya. Itulah alasannya mereka senang sekali menggunakan emas. Pelanggan wanita di Madura khususnya di Sumenep mengatakan bahwa menggunakan emas sudah menjadi gaya hidup mereka dan gaya hidup pelanggan wanita pada emas tergolong konsumtif.

Gaya hidup merupakan salah satu indikator dari faktor pribadi yang turut berpengaruh terhadap perilaku pembelian emas pada pelanggan wanita. Gaya hidup mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang dan menggambarkan cara mereka menghabiskan waktu dan uangnya. Jika seseorang memiliki gaya hidup dengan membeli barang secara berlebihan yang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang, ia akan menjadi seseorang yang konsumtif. Beberapa dari pelanggan wanita mengatakan bahwa membeli emas karena mereka senang menggunakan emas, dan dari beberapa lainnya mengatakan bahwa membeli emas dengan alasan lain untuk investasi dan cadangan keuangan mereka. Namun tidak bisa dipungkiri investasi merupakan alasan kecil mereka dalam membeli emas. Alasan terkuatnya adalah mereka membelinya karena mereka ingin menggunakannya, dengan kata lain jika ingin investasi saja mereka bisa membeli emas batang atau barang lain yang hanya bisa diinvestasikan. Berbeda dengan perhiasan emas yang multifungsi selain untuk diinvestasi juga bisa digunakan bagi kaum wanita. Mereka sangat yakin dan tidak berfikir akan menyesal ketika membeli emas karena mereka berfikir bahwa sisi lain dari membeli emas adalah bisa diinvestasikan. Beberapa dari mereka mengatakan bahwa membeli emas sudah menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi.

Gaya hidup yang beragam pada pelanggan wanita bergantung pada besar kecil penghasilan mereka setiap bulan. Mereka mengatakan bahwa penghasilan sangat berpengaruh pada gaya hidup mereka. Terutama pada gaya hidup konsumtif pada emas. Akan disayangkan jika ada penghasilan tapi tidak membeli perhiasan emas yang sudah menjadi gaya hidupnya. Beberapa pelanggan wanita mempunyai gaya hidup konsumtif selain pada perhiasan emas, yaitu pada make up, baju, sepatu, tas, dan kebutuhan lain wanita pada umumnya.

Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Pelanggan Wanita dengan Keputusan Pembelian Pada Perhiasan Emas di Sumenep, Madura

Keputusan pembelian menurut Assauri dalam Walukuw, Mananeke, Sepang (2014) adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Keputusan untuk membeli dapat mengarah kepada bagaimana proses dalam pengambilan keputusan tersebut itu dilakukan. Banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang atau produk.

Kotler dan Armstrong (dalam Putri, 2013), mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor budaya (serangkaian nilai perilaku,



persepsi, referensi perilaku melalui proses sosialisasi serta interaksi terhadap lingkungannya), faktor sosial (kelompok referensi), faktor pribadi (usia, pekerjaan, dan status sosial ekonomi), faktor psikologi (motivasi, emosi, persepsi, dan sikap). Pelanggan wanita Sumenep mengungkapkan bahwa faktor yang paling mendominasi adalah faktor pribadi terutama keadaan ekonomi mereka. Keadaan ekonomi disini ialah keadaan keuangan atau penghasilan mereka. Kebutuhan dan keinginan mereka ditentukan oleh besar atau kecilnya penghasilan.

Faktor yang pertama mempengaruhi adalah faktor budaya, pelanggan wanita mengungkapkan bahwa faktor budaya sedikit berpengaruh kepada keputusan pembeliannya terhadap emas sangat rendah sekali. Budaya orang madura sendiri memiliki budaya dalam menggunakan emas berlebihan terutama pada Wanita. Namun narasumber mengaku bahwa budaya bukan faktor terbesar dalam menentukan keputusan pembelian. Yang kedua adalah faktor sosial, pelanggan Wanita Sumenep mengungkapkan bahwa beberapa dari mereka mengaku faktor social kadang mempengaruhinya seperti tetangga, keluarga dan teman terdekat. Namun faktor social bukan merupakan faktor dominan mereka dalam menentukan keputusan pembelian. Yang ketiga adalah faktor pribadi, faktor pribadi merupakan faktor yang paling dominan pelanggan Wanita dalam menentukan keputusan pembelian terhadap emas. Faktor pribadi meliputi usia, pekerjaan dan keadaan ekonomi. Bagi pelanggan wanita yang mempunyai pekerjaan, mereka cenderung lebih tinggi dalam menentukan keputusan pembelian. Pada pelanggan Wanita yang hanya berpenghasilan sebagai rumah tangga cenderung mempunyai keinginan besar dalam pembelian dan rendah dalam menentukan keputusan pembelian terhadap emas. Yang keempat adalah faktor psikologis. Faktor psikologis adalah faktor yang berasal dari pembawaan pribadi seorang konsumen yaitu motivasi, emosi, persepsi dan sikap. Kebanyakan pelanggan Wanita berpendapat bahwa faktor psikologis terutama motivasi juga mendominasi dalam menentukan keputusan pembelian terhadap emas yaitu ketika pelanggan Wanita membeli emas, mereka bisa menginvestasi emas tersebut dan bisa menjadi simpanannya. Sebagian mereka beranggapan bahwa membeli emas bukan hanya untuk digunakan untuk ajang pamer dan citra diri saja namun juga bisa diinvestasikan. Keempat faktor diatas merupakan faktor pelanggan wanita yang bergaya hidup konsumtif dalam menentukan keputusan pembelian terhadap emas

KESIMPULAN

Pelanggan wanita di Toko Emas Sumenep, Madura yang bergaya hidup konsumtif cenderung rendah dalam menentukan keputusan pembelian pada perhiasan emas di toko emas. Hal tersebut terjadi karena pelanggan wanita yang bergaya hidup konsumtif lebih memilih keinginan daripada kebutuhan mereka. Pelanggan wanita menentukan keputusan pembelian berdasarkan keinginan mereka. Keinginan untuk penampilan dan menunjukkan citra diri mereka. Perhiasan emas sangat disenangi oleh pelanggan wanita khususnya di Sumenep, Madura. Menggunakan perhiasan emas akan terlihat lebih elok dan memperindah fashion mereka. Faktor-faktor hubungan gaya hidup konsumtif pelanggan wanita di Sumenep, Madura terhadap keputusan pembelian perhiasan emas diantaranya yaitu, faktor budaya yang dari para leluhur yang sangat senang menggunakan perhiasan emas, kemudian faktor social yang mempengaruhi para pelanggan wanita seperti lingkungan sekitar mereka setiap harinya, faktor pribadi yaitu keadaan ekonomi, dan pekerjaan yang sangat berpengaruh pada keputusan pelanggan wanita dalam menentukan pembeliannya terhadap emas, dan faktor psikologis yakni motivasi dan persepsi tiap pelanggan wanita dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian emas di toko emas, Sumenep, Madura yaitu motivasi membeli emas untuk investasi masa depannya.

Pelanggan wanita yang membeli perhiasan emas di toko emas, Sumenep, Madura memiliki gaya hidup yang berbeda-beda juga memiliki selera berbeda dalam berpenampilan



dan menggunakan perhiasan emas. Namun tidak dipungkiri gaya hidup konsumtif mereka yang beragam sangat mempengaruhi dalam menentukan keputusan pembelian pada perhiasan emas di toko emas, Sumenep, Madura.

DAFTAR RUJUKAN

- Oktari, A. D., Dewi, R. S., & Febriana, S. K. T. (2016). Hubungan antara Gaya Hidup Konsumtif dengan Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada Pelanggan Toko Emas di Kawasan Banjarmasin-banjarbaru-martapura. *Jurnal Ecopsy*, 1(4).
- As'ad, D. R. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung diMTC KotaMakassar* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Santoso, D. T. T., & Purwanti, E. (2014). Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dalam Memilih Produk Operator Seluler Indosat-M3 di Kecamatan Pringapus Kab. Semarang. *Among Makarti*, 6(12).
- Aisya, M. (2016). *Hubungan gaya hidup dengan kejadian menarche di SMA Negeri 1 Driyorejo Kabupaten Gresik* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Citra, Y. (2019). Perilaku Pembelian Online dan Gaya Hidup Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan 2015 Universitas Negeri Malang yang Menggunakan Media Sosial. *SKRIPSI Jurusan Ekonomi Pembangunan-Fakultas Ekonomi UM*.
- Virawan, W. A. (2013). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta pengguna helm merek INK). *Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta*.
- Aisya, M. (2016). *Hubungan gaya hidup dengan kejadian menarche di SMA Negeri 1 Driyorejo Kabupaten Gresik* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Haliana, N. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Konsumen dalam pengambilan keputusan Pembelian produk mie instan merek indomie.
- Sumarwan, Ujang. (2004), Perilaku Konsumen. Cetakan Kedua, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tedjakusuma, Ritawati., & Maryani, Sri Hartini. (2001), "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral", *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial*, 2 (3), hal. 48-58.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen. Jakarta: Prenada Media.
- Ruhamak, M. D. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi Kasus Di Ud Budi Jaya Kediri). *Jurnal Ekonika: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1).
- Mowen. H. 2002. Perilaku Konsumen. Jilid I. Penerbit. Andi. Yogyakarta.
- Hutagaol, C. D. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan.
- Hasibuan, E. P. N. (2010). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Puteri.
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian via internet pada toko online. *J@ TI Undip: Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 143-152.
- Suhari, Y. (2008). Keputusan membeli secara online dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Dinamik*, 13(2).
- Goenadhi, L. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen



- dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 12(2).
- Widiastuti, H., & Widowati, S. Y. (2014). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 9(1).
- Verina, E. (2014). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko fashion di jejaring sosial facebook (survei pada konsumen toko fashion di jejaring sosial facebook yang berlokasi di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1).