

ANALISIS PENELITIAN PERILAKU KONSUMEN

Hisam Asngari

Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

hisamtrenngalek@gmail.com

Nadea Ananda Putri

Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

nadeaananda10@gmail.com

Ni'matus Zahro

Institut Agama Islam Hasanuddin Pare

zahrozahro073@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen dalam pemasaran, serta perlu pendekatan-pendekatan terhadap perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seorang pebisnis dalam mencari sebuah pelanggan. Karena dengan adanya suatu pelanggan dalam sebuah bisnis dapat mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan suatu bisnis tersebut. Oleh karena itu, melakukan suatu analisis penelitian perilaku konsumen sangatlah penting dalam sebuah perusahaan.

Kata kunci : Penelitian, Perilaku Konsumen, Pemasaran.

ABSTRACT

This research aims to find out about consumer behavior in marketing, and the need for approaches to consumer behavior. Consumer behavior is the process that a business person goes through in finding a customer. Because the presence of a customer in a business can affect the growth and development of a business. Therefore, conducting a consumer behavior research analysis is very important in a company.

Keywords: Research, Behavior Consumer, Marketing.

PENDAHULUAN

Perilaku konsumen dan peran pengetahuan tentang perilaku konsumen dalam pemasaran. Untuk itu perlu dilakukan pendekatan-pendekatan perilaku konsumen, ditentukan terlebih dahulu teba telaah perilaku konsumen yang dilukiskan dalam suatu model perilaku konsumen. Tidak bisa berdiri sendiri, tetapi terkait dengan disiplin.

Perilaku konsumen proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Dengan demikian untuk melaksanakan semua kegiatan dalam proses manajemen pemasaran, pemasar perlu mengetahui perilaku konsumen. Sasarannya supaya kiat-kiat pemasaran yang dilakukan benar-benar mengarah pada profitabilitas dari perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan studi literatur beberapa sumber referensi terkait dengan penelitian perilaku konsumen

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pentingnya Penelitian Konsumen

Pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam pertumbuhan suatu bisnis. Oleh karena itu, melakukan riset konsumen atau *consumer research* adalah cara yang tepat untuk mengenal mereka lebih dalam. Tidak bisa dimungkiri, setiap konsumen memiliki perilaku masing-masing dalam membeli suatu produk. Tugas dari perusahaan atau pebisnis adalah mengenali setiap konsumen yang membeli produk mereka agar dapat mempertahankannya dalam jangka panjang.

Melalui riset konsumen, perusahaan tentu dapat mewujudkan hal tersebut dengan baik. Menurut Malhotra, riset konsumen adalah identifikasi, pengumpulan, analisis, diseminasi, serta penggunaan informasi secara sistematis dan obyektif. Praktik ini biasanya juga disebut sebagai *consumer research* dan merupakan bagian dari *market research*.

Tujuan dari diberlakukannya praktik ini tidak lain adalah untuk meningkatkan kepuasan dari para pelanggan. Semakin mereka puas, pertumbuhan bisnis akan semakin baik. Sementara Robby Susatyo dalam *Marketing in Business* (Subagyo, 2010) mengartikan bahwa pengertian riset pemasaran upaya mengidentifikasi secara sistematis dan objektif. Dua inilah yang dijadikan sebagai bentuk pengumpulan, analisis dan perangkaian informasi yang bertujuan untuk membantu mengambil keputusan atas masalah yang dihadapi.

American Marketing Association/AMA (Keller) memiliki pengertian riset pemasaran yang bertujuan untuk menghubungkan masyarakat umum, konsumen dan pelanggan lewat sarana informasi. Dari data-data tersebut yang dapat digunakan untuk melihat peluang, melihat permasalahan dalam pemasaran dan membantu untuk mengevaluasi tindakan pemasaran.

Akan tetapi, sebelum itu mereka melakukan riset terkait para pelanggannya dengan mencari tahu perilaku pembelian, masalah, serta permintaan tertinggi dari pasar. Setelah itu, perusahaan tentu akan mengetahui apa saja kekurangan dari produknya serta solusi apa yang dapat menyelesaikan masalah dari pelanggannya. Alhasil, perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan dari target *customer*.

Pentingnya memahami tujuan riset pemasaran adalah proses riset pemasaran selanjutnya. Tujuan utama riset pemasaran adalah mengidentifikasi tantangan dan peluang guna mencapai tujuan pemasaran usaha. Sedangkan pentingnya riset konsumen adalah antara lain:

Menumbuhkan Bisnis, secara tidak langsung, dengan riset konsumen bisnis akan berkembang secara cepat. Pasalnya, kamu telah mengetahui keinginan dan kebutuhan dari para pelangganmu. Dengan begitu, kemungkinan besar para pelanggan akan menyukai produk yang kamu tawarkan. Kedua, Mempertahankan Konsumen, Manfaat lainnya yang bisa didapatkan adalah berhasil mempertahankan *customer*

yang telah membeli produkmu. Sebab, ketika kita berusaha untuk meningkatkan kepuasan mereka, maka konsumen tidak akan sungkan membeli produk lagi dari kita.

Singkatnya, perilaku konsumen dipelajari agar lebih memahami tentang apam yang dibeli oleh konsumen, mengapa, di mana, kapan dan seberapa sering dia membeli. Pengetahuan ini kemudian dipakai untuk menciptakan cara untuk memenuhi kebutuhan mereka dan menciptakan pendekatan yang baik untuk berkomunikasi dan mempengaruhi mereka.

Pengertian, Metode, dan Teknik Penelitian

Penelitian dapat diartikan sebagai metode pengamatan atau investigasi, yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas masalah. Discovery berarti penemuan yang sebenarnya sudah ada. Sebuah penemuan dapat diartikan sebagai penemuan penelitian yang benar-benar baru dan didukung oleh fakta.¹

Penelitian pada dasarnya adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan, dan memverifikasi kebenaran pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data yang akan dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah kuantitatif dan kualitatif, eksperimental atau non-eksperimental, interaktif atau non-interaktif digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data.

Penelitian adalah upaya untuk dapat mengembangkan pengetahuan, mengembangkan dan menguji teori. Mengenai upaya pengembangan pengetahuan, ada lima langkah untuk mengembangkan pengetahuan melalui penelitian: melakukan studi empiris, mereplikasi, dan mensintesis dan memvalidasi, dan evaluasi.

Penelitian memiliki banyak arti, Beberapa pendapat ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda secara mendasar tentang penelitian. Perbedaan tersebut biasanya tergantung pada beberapa faktor, antara lain: Latar belakang pengetahuan seseorang dan pengalaman yang dimiliki orang tersebut.

Penelitian adalah usaha yang sistematis untuk menemukan jawaban ilmiah terhadap sesuatu masalah. Sistematis, karena harus mengikuti prosedur dan langkah-langkah sebagai suatu kebulatan prosedur.

¹ Wahyu Dwi Nuridyat, "Apa Itu Penelitian?", 2022, Sukabumi

Teknik penelitian merupakan sebuah cara untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Berikut ini merupakan penjelasan selengkapnya mengenai teknik penelitian, antara lain:

1. Wawancara, teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan secara bertahap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti dan narasumber. Dalam pelaksanaannya teknik wawancara memiliki 2 jenis yaitu wawancara terstruktur dan tidak terstruktur
2. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data penelitian yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya.
3. Studi dokumen, yaitu teknik pengumpulan data penelitian yang tidak ditujukan langsung kepada subyek penelitian.

Menurut Sugiyono Pengertian metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dapat dideskripsikan, dibuktikan, dikembangkan dan ditemukan pengetahuan, teori, untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah dalam kehidupan manusia.

Metode penelitian menurut Prof. M.E Winarno adalah sebuah kegiatan ilmiah yang dilakukan menggunakan teknik yang cermat dan sistematis.

Metode Penelitian menurut Muhammad Nasir, metode penelitian merupakan hal yang penting bagi seorang peneliti untuk mencapai sebuah tujuan, serta dapat menemukan jawaban dari masalah yang di ajukan.

Jenis-Jenis Metode Penelitian

Secara umum ada tiga metode penelitian yang umum digunakan terutama dalam penulisan skripsi, tesis, dan disertasi. Ketiga metode penelitian itu terdiri dari, metode penelitian kuantitatif, metode penelitian kualitatif, dan metode penelitian kombinasi (*mixed methods*).

Metode Penelitian Kuantitatif

Metode penelitian kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme, dipakai untuk meneliti pada populasi ataupun sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan alat ukur (instrumen) penelitian, analisa data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat/ditetapkan. Secara umum metode kuantitatif terdiri atas metode survey dan metode eksperimen.

Metode Survei

Metode penelitian survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau atau saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik perilaku, hubungan variabel dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu. Teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuisioner) dan hasil penelitian cenderung untuk digeneralisasikan.

Metode Eksperimen

Metode eksperimen merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (*treatment*/perlakuan) terhadap variabel dependen (hasil) dalam kondisi yang terkendalikan. Kondisi dikendalikan agar tidak ada variabel lain (selain variabel *treatment*) yang mempengaruhi variabel dependen. Agar kondisi dapat dikendalikan, maka dalam penelitian eksperimen menggunakan kelompok kontrol. Penelitian eksperimen sering dilakukan di laboratorium.

Metode Penelitian Kualitatif

Landasan Metode penelitian adalah filsafat postpositivisme. Digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (lawan eksperimen), dimana peneliti sebagai instrument kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif/kualitatif. Hasil penelitian kualitatif menekankan makna dari pada generalisasi. Menurut Creswell dalam Sugiyono (2012), metode penelitian kualitatif dibagi menjadi lima macam yaitu *phenomenological research*, *grounded theory*, *ethnography*, *case study* dan *narrative research*.

- a. *Phenomenological research*, merupakan salah satu jenis penelitian kualitatif, dimana peneliti melakukan pengumpulan data dengan observasi partisipan untuk mengetahui fenomena esensial partisipan dalam pengalaman hidupnya.
- b. *Grounded theory*, adalah salah satu jenis penelitian kualitatif, yang mana peneliti bisa menarik generalisasi apa yang diamati/dianalisa secara induktif, teori abstrak tentang proses, tindakan atau interaksi berdasarkan pandangan partisipan yang diteliti.
- c. *Ethnography*, merupakan jenis penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan studi terhadap budaya kelompok dalam kondisi yang alamiah melalui observasi dan wawancara.

- d. *Case studies*, merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan eksplorasi secara mendalam terhadap program, kejadian, proses, aktivitas, terhadap satu atau lebih orang. Suatu kasus terikat oleh waktu dan aktivitas dan peneliti melakukan pengumpulan data secara mendetail dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data dan dalam waktu yang berkesinambungan.
- e. *Narrative research*, merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti melakukan studi terhadap satu orang individu atau lebih untuk mendapatkan data tentang sejarah perjalanan dalam kehidupannya. Data tersebut selanjutnya oleh peneliti disusun menjadi laporan naratif kronologis.

Metode Penelitian Kombinasi

Metode penelitian kombinasi merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada fisafat pragmatisme (kombinasai positivisme dan postpositivisme). Digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah maupun buatan (labratorium), dimana peneliti bisa sebagai instrumen dan menggunakan instrumen untuk pengukuran, teknik pengumpulan data dapat menggunakan tes, kuisisioner dan gabungan (triangulasi), analisis data bersifat deduktif (kuantitatif) dan induktif (kualitatif). Hasil penelitian kombinasi dapat berguna untuk membuat generalisasi dan memahami makna.

Metode kombinasi akan sangat berguna ketika metode kuantitatif maupun metode kualitatif secara sendiri-sendiri tidak cukup akurat digunakan untuk memahami permasalahan penelitian. Penggunaan metode kombinasi dapat memperoleh pemahaman lebih baik jika dibandingkan dengan hanya menggunakan salah satu metode.

Metode penelitian kombinasi dibagi menjadi dua, yakni desain/model *sequential* (kombinasi berurutan) dan model *concurrent* (kombinasi campuran). Selanjutnya model *sequential* (urutan) dibagi lagi menjadi dua, yaitu *sequential explanatory* (urutan pembuktian) dan *sequential exploratory* (urutan penemuan). Sedangkan untuk model *concurrent* (campuran), ada dua yakni model *concurrent triangulation* (campuran kuantitatif dan kualitatif secara berimbang) dan *concurrent embedded* (campuran kuantitatif dan kualitatif tidak berimbang).

Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Riset Perilaku Konsumen

Dalam melakukan riset perilaku konsumen, beberapa hal berikut perlu diperhatikan:

1. **Definisi dan Fokus:** Definisikan dengan jelas tujuan dan fokus riset untuk memastikan hasil yang relevan dan berguna. Misalnya, apakah riset ini untuk meningkatkan penjualan, meningkatkan kualitas produk, atau memahami perilaku konsumen
2. **Metode Riset:** Pilih metode riset yang sesuai dengan tujuan dan fokus riset. Metode riset yang populer antara lain survei, wawancara, observasi, dan analisis data.
3. **Pengumpulan Data:** Pastikan bahwa data yang dikumpulkan adalah akurat, lengkap, dan relevan.
4. **Keterlibatan Konsumen:** Pastikan bahwa konsumen terlibat dalam proses riset. Keterlibatan konsumen dapat meningkatkan kualitas data dan meningkatkan kepuasan konsumen.
5. **Pengawasan dan Kontrol:** Pastikan bahwa riset dilakukan dengan pengawasan dan kontrol yang ketat. Pengawasan dan kontrol yang tidak ketat dapat menghasilkan hasil yang tidak akurat.
6. **Penggunaan Teknologi:** Pastikan bahwa teknologi digunakan secara efektif dan efisien dalam riset. Teknologi yang tidak digunakan secara efektif dapat menghasilkan biaya yang tidak efektif.
7. **Penggunaan Hasil Riset untuk Pengambilan Keputusan:** Pastikan bahwa hasil riset digunakan secara efektif untuk pengambilan keputusan. Hasil riset yang tidak digunakan secara efektif dapat menghasilkan biaya yang tidak efektif.
8. **Penggunaan Hasil Riset untuk Meningkatkan Kualitas Produk:** Pastikan bahwa hasil riset digunakan secara efektif untuk meningkatkan kualitas produk. Hasil riset yang tidak digunakan secara efektif dapat menghasilkan biaya yang tidak efektif.

Tema Riset Perilaku Konsumen

Tema riset perilaku konsumen adalah topik yang luas dan beragam yang mengeksplorasi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi mengambil keputusan terkait pembelian, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, ide, dan pengalaman. Tema-tema ini dapat dikategorikan menjadi beberapa bidang utama:

1. **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen:**
 - Psikologis: Motivasi, persepsi, kepribadian, pembelajaran, dan gaya hidup.
 - Sosial: Budaya, pengaruh kelompok, keluarga, dan referensi sosial.
 - Ekonomi: Pendapatan, harga, dan anggaran.

- Pemasaran: Iklan, promosi, dan branding.

2. Proses Keputusan Konsumen:

- Kesadaran akan masalah: Menyadari kebutuhan atau keinginan yang belum terpenuhi.
- Pencarian informasi: Mencari informasi tentang produk dan jasa yang tersedia.
- Evaluasi alternatif: Menilai pilihan yang berbeda berdasarkan atribut produk, harga, dan manfaat.
- Keputusan pembelian: Memilih produk atau jasa untuk dibeli.
- Pasca pembelian: Mengalami, mengevaluasi, dan menggunakan produk atau jasa yang dibeli.

3. Perilaku Konsumen dalam Konteks Tertentu:

- Pembelian online: Bagaimana konsumen berbelanja online, faktor-faktor yang memengaruhi pembelian online, dan dampaknya terhadap bisnis.
- Perilaku berkelanjutan: Bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian yang ramah lingkungan dan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku ini.
- Pengambilan keputusan etis: Bagaimana konsumen mempertimbangkan faktor-faktor etika dalam keputusan pembelian mereka.
- Perilaku lintas budaya: Bagaimana perilaku konsumen berbeda di negara dan budaya yang berbeda.

4. Topik Spesifik dalam Perilaku Konsumen:

- Loyalitas merek: Bagaimana membangun dan mempertahankan loyalitas merek di antara konsumen.
- Segmentasi pasar: Mengidentifikasi dan menargetkan segmen pasar yang berbeda dengan strategi pemasaran yang efektif.
- Branding: Membangun merek yang kuat dan berkesan bagi konsumen.
- Perilaku konsumen dalam industri tertentu: Mempelajari perilaku konsumen dalam industri tertentu, seperti ritel, makanan, dan otomotif.
- Tema riset perilaku konsumen terus berkembang seiring dengan perubahan lingkungan dan teknologi. Tema-tema baru muncul untuk mengatasi tren dan masalah baru yang dihadapi konsumen.

Berikut beberapa contoh tema riset perilaku konsumen yang sedang tren saat ini:

- Pengaruh media sosial pada perilaku konsumen: Bagaimana media sosial memengaruhi cara konsumen mencari informasi, mengevaluasi produk, dan membuat keputusan pembelian.
- Personalisasi dan pengalaman pelanggan: Bagaimana bisnis dapat menggunakan data dan teknologi untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang dipersonalisasi dan menarik.
- Ekonomi berbagi dan konsumsi kolaboratif: Bagaimana konsumen beralih dari kepemilikan produk ke model berbagi dan kolaboratif.
- Peran kecerdasan buatan dalam perilaku konsumen: Bagaimana kecerdasan buatan digunakan untuk memahami, memprediksi, dan memengaruhi perilaku konsumen.
- Tema riset perilaku konsumen sangat penting bagi bisnis karena membantu mereka memahami kebutuhan, keinginan, dan motivasi konsumen. Dengan memahami perilaku konsumen, bisnis dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, menciptakan produk dan jasa yang lebih baik, dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Tujuan dari penelitian perilaku konsumen yang mana tidak lain adalah meningkatkan kepuasan para pelanggan
2. Penelitian dapat diartikan sebagai metode pengamatan atau investigasi yang bertujuan untuk menemukan jawaban atas masalah. Discovery berarti penemuan yang sebenarnya sudah ada. Sebuah penemuan dapat diartikan sebagai penemuan penelitian yang benar-benar baru dan didukung oleh fakta.
3. Salah satunya Metode Riset: Pilih metode riset yang sesuai dengan tujuan dan fokus riset. Metode riset yang populer antara lain survei, wawancara, observasi, dan analisis data.
4. Tema riset perilaku konsumen adalah topik yang luas dan beragam yang mengeksplorasi bagaimana individu, kelompok, dan organisasi mengambil keputusan terkait pembelian, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, ide, dan pengalaman.

Saran

Artikel ini masih memiliki kekurangan sehingga memutuhkan saran agar menjadi lebih baik untuk kedepannya. Demikian artikel ini dibuat sebagai sara referensi dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrian, "Buku Perilaku Konsumen pdf" Riset Perilaku Konsumen,2022
- Anggraini, Efendi. Penelitian Perilaku Konsumen, diakses dari <https://www.scribd.com/doc/65635876/penelitian-perilaku-konsumen>, pada tanggal 3 Juni 2024, Pukul 22.28
- Azmi, Khairil. "analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian". Ebismen Vol. 1 No. 2 (2022)
- Nurhidayat, Wahyu Dwi. Apa itu penelitian, diakses dari https://www.researchgate.net/publication/364996427_APA_ITU_PENELITIAN, pada tanggal 21 Juni 2024, pukul 19.21