

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perilaku Konsumen**

###### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Perilaku Konsumen dapat diartikan sebagai semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum memutuskan untuk memilih, membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang dan jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2008) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, energi).

Seseorang cenderung akan melakukan banyak pertimbangan dalam memutuskan suatu pilihan. Terdapat banyak faktor penentu yang dapat mempengaruhi pengambilan suatu keputusan. Baron dan Byner (dalam Zulkifli, 2018) mendefinisikan pengambilan keputusan merupakan suatu proses melalui kombinasi individu dan kelompok dan mengintegrasikan

informasi yang ada dengan tujuan memilih satu dari berbagai kemungkinan tindakan, pengambilan keputusan sebagai suatu proses mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada untuk mendapatkan hasil yang diharapkan.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam menentukan tempat studi, salah satunya adalah faktor biaya, kelompok acuan, dan latar belakang sosial ekonomi.

b. Model Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen memiliki banyak pemahaman yang tidak mudah untuk dilakukan. Terdapat banyak faktor yang saling mempengaruhi dan saling berinteraksi satu sama lain, sehingga pendekatan pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan harus direncanakan dengan baik dengan mempertimbangkan factor-faktor yang ada. Selain itu, para pelaku usaha harus memiliki kemampuan untuk memahami kemauan konsumen, dan berusaha untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku.

**2. Teori Biaya**

Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Secara umum biaya dibagi mejadi yaitu biaya eksplisit dan biaya implisit (Mulyadi, 2002).

Menurut (Hadiwinata, 2002), biaya dapat dibagi berdasarkan sifatnya, artinya mengkaitkan antara pengeluaran yang harus dibayar dengan produk atau output yang dihasilkan yaitu:

a. Biaya eksplisit adalah biaya yang secara nyata dibayarkan atau

dikeluarkan selama proses produksi oleh petani untuk input yang berasal dari luar, seperti (biaya bahan baku, bahan pembantu, biaya tenaga kerja luar keluarga, biaya penyusutan alat, biaya sewa tempat usaha).

- b. Biaya implisit adalah biaya faktor produksi milik petani sendiri yang diikutsertakan dalam proses produksi atau menghasilkan output, seperti biaya tenaga kerja dalam keluarga, biaya bahan milik sendiri, biaya bunga modal sendiri, biaya sewa tempat milik sendiri.
- c. Biaya Total (Total Cost) merupakan penjumlahan dari biaya implisit dan biaya eksplisit dalam proses produksi. Untuk mengetahui besarnya biaya yang telah dikeluarkan dapat dilihat melalui rumus sebagai berikut:

$$TC = TEC + TIC$$

Keterangan:

TC = Total Cost (Total biaya)

TEC = Total Exsplicyt Cost (Total biaya Eksplisit)

TIC = Total Implisit Cost (Total biaya Implisit)

### 3. Biaya

#### a. Pengertian Biaya

Biaya dalam pengertian ini dapat diartikan sebagai jumlah harga yang harus dibayarkan untuk mendapatkan pendidikan yang layak. Biaya merupakan aspek yang sangat penting dalam menggunakan jasa. Dengan adanya biaya kita akan mendapatkan pelayanan serta fasilitas yang memadai untuk menunjang pendidikan. Biaya Pendidikan adalah biaya

yang mencakup semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Broekemier dan Seshadri (1999) pada siswa dan orang tua menunjukkan bahwa kualitas program studi, keamanan kampus, biaya dan reputasi akademik menjadi kriteria kunci utama yang digunakan oleh siswa dan orangtua untuk memilih institusi pendidikan (Shah, Nair, & Bennet, 2013).

Menurut Horngen (2006) mendefinisikan biaya (*cost*) sebagai sumber daya yang dikorbankan (*sacarifed*) atau dilepaskan (*forgone*) untuk mencapai tujuan tertentu. Bastian (2015) menyimpulkan biaya merupakan pengorbanan sumber ekonomi yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Dalam definisi lain, biaya (*expanse*) adalah kos sumber daya yang telah atau dikorbankan untuk mewujudkan tujuan tertentu.

#### b. Klasifikasi Biaya Pendidikan

Dalam penggunaan jasa di dunia pendidikan, biaya memiliki kaitan erat dengan berbagai hal yang dapat menunjang proses belajar mengajar. Biaya pada lembaga pendidikan biasanya meliputi :

1. Direct cost dan indirect cost. Direct cost (biaya langsung) adalah biaya yang secara langsung dapat dirasakan dalam pelaksanaan pendidikan dan dapat secara langsung pula meningkatkan mutu pendidikan. Sedangkan Indirect cost (biaya tidak langsung) meliputi biaya hidup, transportasi, dan biaya-biaya lainnya.
2. Social cost dan private cost. Social cost merupakan biaya publik, yaitu biaya sekolah yang harus dibayar oleh masyarakat sedangkan

privatecost adalah biaya yang dikeluarkan oleh keluarga yang membiayai sekolah anaknya, dan termasuk didalamnya forgone oppurtunities (biaya kesempatan yang hilang).

#### 4. Kelompok Acuan

##### a. Pengertian Kelompok Acuan

Kelompok acuan adalah seseorang atau kelompok yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan juga dapat dijadikan pembanding (referensi) dalam membentuk suatu keputusan. Setiap Individu memiliki kelompok acuan dari berbagai lingkungan masing-masing. Dalam menentukan tempat studi, kelompok acuan dapat dijadikan faktor penentu mahasiswa dalam menentukan tempat studi. Hawkins & Mothersbaugh (2010) mengungkapkan bahwa kelompok rujukan adalah sebuah kelompok yang perspektif atau nilai-nilainya digunakan oleh seseorang sebagai dasar perilakunya saat ini. Dengan demikian, kelompok referensi adalah sebuah kelompok yang digunakan oleh seseorang sebagai panduan untuk melakukan sesuatu dalam situasi tertentu (Hawkins & Mothersbaugh, 2010).

##### b. Jenis-jenis Kelompok Acuan

###### 1. Kelompok formal dan informal

Kelompok formal adalah kelompok yang memiliki struktur organisasi secara tertulis dan keanggotaan yang tercantum dalam struktur organisasi tersebut dan terdaftar secara resmi, misalnya sekolah, partai politik, atau perusahaan. Kelompok formal biasanya telah terdaftar secara resmi di pemerintah. Kelompok informal adalah kelompok

yang tidak memiliki struktur organisasi. Kelompok informal biasanya terbentuk karena hubungan sosial yang *intens*.

## 2. Kelompok primer dan sekunder

Kelompok Primer adalah kelompok yang memiliki ikatan emosional dalam setiap anggotanya, memiliki anggota yang terbatas tetapi memiliki intensitas yang sering untuk bertemu secara tatap muka. Contoh dalam kelompok primer adalah keluarga, dan seseorang yang memiliki ikatan kekeluargaan. Kelompok sekunder adalah kelompok yang tidak memiliki ikatan yang terlalu terikat. Keanggotaannya mungkin memiliki kontak secara tatap muka tetapi tidak memiliki pengaruh yang terlalu besar terhadap sesama anggota. Contoh kelompok sekunder bisa datang dari kelompok formal maupun informal.

## c. Pengaruh Kelompok Acuan

### 1. Pengaruh normatif

Pengaruh normatif merupakan pengaruh yang terjadi karena adanya norma sosial yang harus dipatuhi. Apabila terdapat tekanan untuk mematuhi suatu aturan, maka pengaruh normatif akan semakin berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan seseorang. Pengaruh akan semakin kuat apabila terdapat sanksi yang diberlakukan apabila seseorang tidak mau menaati peraturan yang telah dibuat dari kelompok acuan.

### 2. Pengaruh Informasi

Kelompok acuan akan mempengaruhi suatu pilihan produk/jasa

karena kelompok acuan tersebut memiliki akurasi informasi dan pengetahuan yang lebih baik sehingga saran yang diberikan akan dipercaya oleh konsumen. Informasi biasanya dapat tersampaikan ketika konsumen mulai mencari informasi produk/jasa yang akan digunakan untuk mengurangi resiko dalam membuat suatu keputusan.

## **5. Latar belakang sosial ekonomi**

### **a. Pengertian latar belakang sosial ekonomi**

Kartono (2006) menyebutkan bahwa status ekonomi merupakan derajat keluarga atau seseorang di lingkungan masyarakat berdasarkan status ekonomi maupun pendapatan perbulan. Suparyanto (2010) juga mengungkapkan “status sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat, status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan dan sebagainya. Status ekonomi kemungkinan besar merupakan pembentuk gaya hidup keluarga. Pendapatan keluarga yang memadai akan menunjang tumbuh kembang anak baik primer maupun sekunder. Berdasarkan penjelasan ahli, dapat disimpulkan latar belakang sosial ekonomi berpengaruh terhadap proses seseorang dalam mengambil suatu keputusan. Latar belakang sosial ekonomi dapat mempengaruhi tingkat pendidikan seseorang, dimana seseorang yang memiliki keluarga dengan tingkat ekonominya tinggi lebih memiliki pandangan yang luas akan pentingnya pendidikan.

### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Latar Belakang Ekonomi**

Friedman (2004) menjelaskan faktor yang dapat mempengaruhi ekonomi seseorang:

1. Pendidikan merupakan pelajaran yang dipelajari seseorang dalam pertumbuhan individu lain menuju ke cita-cita yang diharapkan.
2. Pekerjaan adalah salah satu status individu dalam masyarakat, tujuan pekerjaan adalah untuk mendapatkan penghasilan untuk pemenuhan kebutuhan hidup.
3. Keadaan Ekonomi, dengan keadaan ekonomi yang rendah seseorang tidak dapat mendorong untuk pemenuhan kehidupannya.
4. Pendapatan adalah hasil dari kerja atau usaha yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan pendapatan. Gaya hidup seseorang akan dipengaruhi oleh pendapatan yang dihasilkannya.

## B. Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian - penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya sangat berperan penting dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 2.** Penelitian terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Peneliti	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Marhadi Saputro, (2017) Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi	Variabel Independen: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keluarga (X1)</li> <li>• Teman Sejawat (X2)</li> <li>• Kepribadian Individu(X3)</li> <li>• Sekolah Asal (X4)</li> </ul>	Hasil Penelitian disimpulkan bahwa ke enam variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi. Faktor Citra

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Citra Kampus (X5)</li> <li>• Prospek Lapangan Kerja (X6)</li> </ul> <p>Variabel Dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan Pemilihan Mahasiswa (Y)</li> </ul>	Kampus dan prospek lapangan kerja adalah faktor yang paling mempengaruhi dalam menentukan keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan program studi.
2	Muhammad Teguh Nuryadin, Marijati Sangen, dan Siti Aliyati (2017) Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Banjarmasin.	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kesadaran Merek (X1)</li> <li>• Loyalitas Merek (X2)</li> <li>• Kesan Kualitas (X3)</li> <li>• Asosiasi Merek (X4)</li> <li>• Normatif(X5)</li> <li>• Keluarga(X5.1)</li> <li>• Teman(X5.2)</li> <li>• Asal Sekolah (X5.3)</li> <li>• Komunitas(X5.4)</li> </ul> <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan Memilih Program Studi(Y)</li> </ul>	Terdapat Pengaruh dari segala faktor. Secara Parsial, Faktor Loyalitas Merek (X1), Kelompok rujukan Normatif dan Informasional (X2), Kesadaran Merek (X3), Pengaruh lingkungan eksternal (X5) berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih program studi. Sedangkan faktor Asosiasi merek (X4), Kualitas SDM (X6), dan Suasana dan fasilitas belajar (X7) tidak terlalu mempengaruhi.
3	Mintarti Indartini, (2010) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Madiun.	<p>Variabel Independen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Karakteristik Individu(X1)</li> <li>• Bauran Pemasaran(X2)</li> <li>• Lingkungan(X3)</li> <li>• Faktor Psikologis (X4)</li> </ul> <p>Variabel Dependen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan Mahasiswa(Y)</li> </ul>	Secara Simultan, semua faktor berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa. Secara parsial, faktor Karakteristik Individu (X1), Bauran Pemasaran (X2), Psikologis (X4) berpengaruh secara signifikan. Sedangkan Faktor Lingkungan (X3) tidak berpengaruh secara signifikan. Dari

			keempat variabel tersebut, variabel psikologis memiliki pengaruh yang dominan dalam menentukan keputusan pemilihan mahasiswa.
4	Komang Winda Suryani, (2016) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Dalam Mmilih Jurusan Akuntansi Program S1 di Universitas Pendidikan Ganesha.	<p>Variabel Independent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya Pendidikan (X1)</li> <li>• Latar Belakang Sosial Ekonomi (X2)</li> <li>• Interaksi Teman Sebaya(X3)</li> <li>• Motivasi Berprestasi(X4)</li> <li>• Reputasi(X5)</li> </ul> <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan Mahasiswa(Y)</li> </ul>	Terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor latar belakang sosial ekonomi (X2), Interaksi teman sebaya (X3), Motivasi Berprestasi (X4), dan Reputasi (X5).Sedangkan Faktor Biaya (X1) tidak mempengaruhi secara signifikan.
5	I Made Ngurah Oka Mahardika, (2020) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Memilih Stahn Gde PudjaMataram.	<p>Variabel Independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Minat(X1)</li> <li>• Citra Institusi (X2)</li> <li>• Beasiswa(X3)</li> <li>• Unit Kegiatan Mahasiswa(X4)</li> </ul> <p>Variabel Dependent:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Keputusan Mahasiswa</li> </ul>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan dapat diberi kesimpulan dari hasil wawancara yaitu faktor minat (X1) merupakan faktor yang sangat mempengaruhi. Faktor Citra kampus (X2), Beasiswa (X3), dan Unit Kegiatan Mahasiswa (X4) tidak memberikan pengaruh yang signifikan.

### C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2011) mengemukakan bahwa kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi dengan menguji tiga variabel yaitu biaya, kelompok acuan, dan latar belakang sosial ekonomi.

Berdasarkan kerangka pikir diatas, dapat digambarkan kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut :



### D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah yang masih berupa jawaban praduga yang harus dipastikan melalui penelitian. Menurut

Sugyono (2013) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya.

Berdasarkan kerangka pikir diatas dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, maka dapat disusun hipotesis sebagai berikut :

a.  $H_{o1}$  : Biaya tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi

$H_{a1}$  : Biaya berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.

b.  $H_{o2}$  : Kelompok Acuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi

$H_{a2}$  : Kelompok Acuan berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.

c.  $H_{o3}$  : Latar belakang sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.

$H_{a3}$  : Latar belakang sosial ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.

d.  $H_{o4}$  : Biaya, kelompok acuan, dan Latar belakang sosial ekonomi tidak berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.

$H_{a4}$  : Biaya, kelompok acuan, dan Latar belakang sosial ekonomi berpengaruh terhadap keputusan pemilihan mahasiswa dalam menentukan tempat studi.