

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1 : Kuesioner	
Lampiran 2 : Tabulasi	
Lampiran 3 : Uji Validitas	
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	
Lampiran 5 : Uji Normalitas	
Lampiran 6 : Uji Heteroskedastisitas	
Lampiran 7 : Uji Multikolinieritas	
Lampiran 8 : Regresi Linier Berganda	
Lampiran 9 : Koefisien Determinasi Berganda	
Lampiran 10 : Uji t (Parsial)	
Lampiran 11 : Uji F (Simultan)	
Lampiran 12 : Deskriptif X1	
Lampiran 13 : Deskriptif X2	
Lampiran 14 : Deskriptif X3	
Lampiran 15 : Deskriptif Y	
Lampiran 16 : Surat dari Perusahaan	
Lampiran 17 : Foto Kegiatan pada saat penelitian	
Lampiran 18 : Kartu Konsultasi Skripsi	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi menuntut adanya perubahan paradigma lama dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang pemasaran. Tingkat persaingan yang sangat tinggi dalam bisnis lokal maupun global serta dengan kondisi perekonomian saat ini yang tidak stabil memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitifnya, hanya perusahaan yang mampu menghasilkan produk berkualitas yang dapat bersaing. Perusahaan dituntut untuk membuat produk bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan secara fungsional bagi konsumennya tapi juga dapat memenuhi kebutuhan dari segi emosional konsumen.

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Dalam era perkembangan zaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis membuat manusia menuntut untuk diperhatikan lebih *customized*. Terlebih lagi dalam hal pemenuhan kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut semua hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap *survive*. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk atau jasa tersebut.

Suatu industri apabila mempunyai prospek yang bagus akan memunculkan perusahaan-perusahaan baru dan bergerak di industri yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat di dalam industri tersebut dikarenakan semakin banyak pula perusahaan yang memperebutkan konsumen dalam pasar yang sama. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan yang bersaing melakukan berbagai strategi dalam memasarkan produknya agar mampu merebut pasar sehingga menjadi market leader dalam

industri tersebut salah satunya adalah jasa ekspor impor yang banyak dijumpai di daerah Pelabuhan Tanjung Perak Surabaya.

Saat ini konsumen lebih selektif dalam membelanjakan uangnya untuk membeli produk. Produk yang memiliki kualitas baik akan dipilih konsumen. Hal ini menyebabkan perusahaan berusaha lebih keras lagi agar produknya dapat diterima oleh konsumen, oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen terhadap suatu produk melalui tanggapan atau respon konsumen sehingga perusahaan mendapat keuntungan melalui kepuasan konsumen yang melebihi harapannya.

PT Aman World Logistic adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang Ekpedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) yang melayani kegiatan export dan import. PT Aman World Logistic sudah melebarkan sayapnya didunia *forwading* sudah lebih dari 10 Tahun. Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa ada peningkatan jumlah pelanggan yang minat untuk menggunakan jasa PT Aman World Logistic, maka dari itu PT Aman World Logistic harus tau sebenarnya apa faktor yang mempengaruhinya.

Tabel 1.1 Persentase Jumlah Pelanggan PT Aman World Logistic

No	Bulan / Tahun	Jumlah Pelanggan
1	Januari 2018	253 pelanggan
2	Feburari 2018	261 pelanggan
3	Maret 2018	262 pelanggan
4	April 2018	264 pelanggan
5	Mei 2018	271 pelanggan
6	Juni 2018	269 pelanggan
7	Juli 2018	273 pelanggan
8	Agustus 2018	274 pelanggan
9	September 2018	274 pelanggan
10	Oktober 2018	275 pelanggan
11	November 2018	281 pelanggan
12	Desember 2018	289 pelanggan

Sumber: PT Aman World Logistic

Salah satu faktor penting yang harus dikembangkan untuk mempengaruhi keputusan menggunakan jasa export import selain dari sisi lokasi, kualitas pelayanan dan produk adalah faktor intern pendukung lainnya seperti faktor budaya, social dan pribadi dari konsumen yang menentukan keputusan menggunakan jasa export import. Menurut Sunyoto (2014:251) Perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran.

Ada beberapa perbedaan pendapat dari peneliti terdahulu yang melandasi peneliti untuk mengambail judul ini, menurut hasil penelitian dari Ketut Indah Pratiwi (2015) mengatakan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan hasil penelitian terdahulu dari Daniel Teguh Trisantoso (2013) mengatakan bahwa faktor budaya tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain itu, hasil penelitian terdahulu dari Agung Suprayitno (2015) mengatakan bahwa faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan Daniel Teguh Trisantoso (2013) faktor sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor terakhir adalah faktor pribadi, Dian Friantoro (2016) mengatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian diatas penulis mengangkat judul **“Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Export Import Pada PT Aman World Logistic”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor budaya memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic?
2. Apakah faktor sosial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic?
3. Apakah faktor pribadi memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic?
4. Apakah faktor budaya, sosial dan pribadi secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah faktor budaya memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic
2. Untuk mengetahui apakah faktor sosial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic.
3. Untuk mengetahui apakah faktor pribadi memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic.
4. Untuk mengetahui apakah faktor budaya, sosial dan pribadi secara bersama-sama (simultan) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa export import pada PT Aman World Logistic.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak terutama pihak yang memiliki kepentingan langsung dalam masalah yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran terkait penelitian dibidang manajemen pemasaran pada variabel faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi serta keputusan menggunakan jasa export import.
- b. Memberikan pemikiran kepada universitas.

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat yaitu:

- a. Memberikan masukan kepada pihak perusahaan terkait permasalahan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian

1.5 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan 3 variabel yang mempengaruhi keputusan menggunakan jasa export import yaitu faktor budaya, faktor sosial, dan faktor pribadi.
- b. Penelitian ini menggunakan sampel atau responden hanya pada pelanggan tetap pada PT. Aman World Logistic.

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode yang digunakan yaitu kuantitatif, populasi dan sampel serta teknik analisis yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi tentang paparan hasil pengolahan data penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB V PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dan saran penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.