

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Kajian Penelitian Yang Relevan**

Dapat dilihat dari beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dianggap selaras dan memiliki hubungan pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu diantaranya :

1. Penelitian oleh Nur Annisa (2019) dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Generasi Milenial Dalam Penggunaan Aplikasi Go-Food di Kota Makasar. Riset ini memperlihatkan bahwa ada empat faktor yang mempengaruhi, antara lain: persepsi kemudahan yang dirasakan, persepsi kegunaan yang dirasakan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan. Keempat faktor tersebut memiliki pengaruh yang dianggap penting pada keputusan pembelian online yang dilakukan oleh konsumen. Hasil yang terdapat pada penelitian ini berkontribusi pada kemudahan seseorang terbebas dari segala upaya dan meningkatkan produktivitas kerja melalui belanja online.

Kesamaan antara peneliti pada peneliti sebelumnya adalah akan membahas perilaku yang dilakukan oleh konsumen yang melibatkan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu persepsi kemudahan yang dirasakan, persepsi kegunaan yang dirasakan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan. Perbedaannya terlihat dari jenis metode penelitian yang dipakai oleh peneliti, Jika penelitian sebelumnya menggunakan metode penelitian kuantitatif, peneliti saat ini menggunakan metode penelitian kualitatif.

2. Penelitian oleh Vino Bagas Setyo Adi & Edi S (2018) dengan judul “Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Transportasi Ojek Online di Semarang”. Hasil menunjukkan bahwa hal yang dapat memberikan pengaruh pada konsumen dalam keputusan menggunakan jasa transportasi ojek online Go-jek adalah gaya hidup, pekerjaan,

pengalaman sebelumnya serta selera rasa suka adalah termasuk kedalam faktor internal. Sedangkan pada faktor internal yang dianggap tidak mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan layanan transportasi ojek online Go-Jek adalah umur, pendidikan, sifat, dan kepribadian. Faktor eksternal yang mempengaruhi pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen untuk menggunakan layanan transportasi ojek online Go-Jek yaitu ketersediaan layanan, teman, harga dan promosi. Faktor eksternal yang tidak mempengaruhi informalitas saat pengambilan keputusan menggunakan layanan transportasi online Go-jek yaitu kebudayaan, keluarga, status sosial atau kedudukan, dan asuransi.

Persamaan pada penelitian sebelumnya dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti ialah sama-sama membahas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan layanan transportasi online yang didalamnya menyangkut faktor internal dan eksternal.

3. Penelitian oleh Lindahiatul Aini (2019) yang berjudul Analisis Perilaku Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ojek Online Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dimana data-data yang didapatkan atas dasar analisa dengan menggunakan metode deskriptif. Hasil riset menyatakan bahwasannya perilaku yang dilakukan konsumen dalam menggunakan ojek online bisa diperhatikan dari kebutuhan penggunaanya yang harus terpenuhi, manfaat dan keamanan yang didapat. Sedangkan faktornya meliputi faktor kebudayaan sedang berkembang dimasyarakat seperti halnya senang akan hal-hal terbaru yang bersifat praktis dan efisien, faktor sosial seperti keluarga memiliki peran yang cukup besar dalam hal pengambilan keputusan, faktor kepribadian seperti pekerjaan, dan gaya hidup masyarakat pada era sekarang yang telah memakai sarana transportasi berbasis online dan yang terakhir faktor psikologis

dimana faktor ini muncul dari diri konsumen itu diantaranya motivasi, persepsi dan sikap.

Kesamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang ingin dilakukan peneliti ialah membahas bagaimana pola perilaku keluarga milenial dalam menggunakan transportasi online serta faktor apa yang mempengaruhi keluarga milenial menggunakan jasa transportasi online

4. Penelitian oleh Vaula Rhesy Modopit, dkk (2020) dengan judul Analisis Permintaan Transportasi Gojek Online Di Kota Manado. Metode yang digunakan dalam penelitian ialah metode penelitian kuantitatif dengan alat yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel acak sederhana. Riset menunjukkan bahwasannya variabel pendapatan dan harga memiliki pengaruh yang sangat penting terhadap permintaan akan transportasi online (Gojek) di kota Manado. Kesamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti yaitu bersama-sama membahas faktor yang mempengaruhi konsumen akan permintaan pada jasa transportasi online.
5. Penelitian oleh Qurroyatul Ayunina (2018) dengan judul “ Analisis Pola Perilaku Konsumsi Keluarga TKI Sumberagung Rejotangan Tulungagung Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Riset menunjukkan adanya perbedaan pola konsumsi keluarga TKI Desa Sumber agung sebelum dan sesudah satu anggota keluarga yang bekerja menjadi TKI diluar negeri yang cenderung konsumtif. Dan juga terdapat Faktor yang mempengaruhi pola perilaku konsumsi keluarga TKI di desa Sumberagung adalah faktor budaya, dimana selain konsumsi, keluarga TKI di desa Sumberagung mengatur budaya yang ada di desa tersebut. Selain itu, mereka mengatur sikap dan nilai yang berkaitan dengan kebangsaan, agama, ras, dan wilayah geografis.

Penelitian ini merupakan studi kasus tentang pola perilaku sebuah keluarga. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang ingin dilakukan oleh peneliti yaitu pola perilaku keluarga, dimana penelitian Qurroyatul Ayunina yaitu Pola Perilaku Konsumsi Keluarga TKI, sedangkan peneliti yaitu Pola Perilaku Keluarga Milenial yang Menggunakan Transportasi Online.

## **B. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh seseorang individu, kelompok maupun organisasi dalam suatu hal yaitu pengambilan keputusan pada saat menggunakan barang atau jasa yang secara ekonomi dapat dipengaruhi oleh keadaan lingkungan. Menurut Sunarto (2018), perilaku konsumen adalah semua aktivitas yang dilakukan oleh seseorang individu, kelompok, dan organisasi yang selalu berkaitan dengan pengambilan keputusan dalam hal penggunaan barang atau jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen mencakup semua hal yang terkait dengan kegiatan dan tindakan yang mampu mendorong tindakan tersebut sebelum membeli atau hendak membeli, saat menggunakan, dan pada waktu menghabiskan produk dan jasa.

Menurut Khafidin (2020) terdapat beberapa alasan yang mendasar mengapa studi mengenai perilaku konsumen penting untuk dipelajari diantaranya:

1. Konsumen dengan segala perilakunya (dalam hal pembelian) adalah manifestasi dari kehebatan tawar menawar yang merupakan sebuah kekuatan kompetitif yang mampu menentukan intensitas persaingan dan profitabilitas perusahaan.
2. Analisis perilaku konsumen merupakan sebuah dasar manajemen dalam hal pemasaran dimana perilaku konsumen dapat memberikan bantuan kepada manajer untuk melakukan hal-hal berikut: merencanakan strategi pemasaran, melakukan pembagian pasar berdasarkan kebutuhan pembeli, menentukan posisi pasar, menganalisis

lingkup perusahaan, mengamati berbagai tren yang dilakukan melalui riset pasar, dan meluncurkan sebuah inovasi untuk produk lama dan mengembangkan produk baru.

3. Analisis konsumen memiliki peran yang penting terutama dalam hal pengembangan kebijakan publik.
4. Mengetahui bagaimana cara kerja perilaku konsumen yang dapat meningkatkan kemampuan individu yang lebih efektif
5. Analisis konsumen dapat memberikan pengertian tentang bagaimana perilaku manusia.

Menurut penjelasan Kotler dan Keller (2016) dalam (Astin Naomi Saekoko, 2020) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen adalah kebudayaan, sosial, kepribadian.

#### 1. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor yang menentukan bagaimana keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Dalam hal ini, kebudayaan menjadi faktor yang paling penting yang dilakukan seseorang dalam hal pengambilan keputusan pada pembelian suatu produk ataupun jasa. Kebudayaan terdiri dari subkultur yang lebih menampilkan karakteristik dan sosialisasi pada setiap anggotanya. Kebudayaan terdiri dari faktor budaya (*cultures*) dan sub-budaya (*sub-culture*).

- a. Faktor budaya (*cultures*), budaya merupakan sesuatu yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Para perusahaan sangat perlu mengamati nilai-nilai budaya masing-masing tempat agar dapat mengetahui bagaimana cara jitu memasarkan produk lama mereka dan menemukan inovasi pada produk baru.
- b. Faktor subkultur (subkultur), berbagai budaya memiliki subkultur, subkultur yang lebih kecil yang memberikan banyak perhatian dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggotanya. Subkultur terbagi

menjadi empat macam diantaranya: kebangsaan, agama, kelompok/ras, dan letak suatu wilayah.

## 2. Faktor sosial (*Social Factor*)

- a. Kelompok sosial atau yang sering disebut kelompok acuan ialah kelompok yang memiliki pengaruh besar baik secara langsung ataupun tidak langsung pada sikap atau perilaku yang dilakukan orang lain . Seperti halnya antara lain kelompok primer, yang memiliki interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, tetangga, teman maupun rekan kerja. Kelompok sekunder, kelompok ini pada dasarnya lebih cenderung formal dan interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Mereka memperkenalkannya perilaku dan gaya hidup mereka kepada orang baru, yang memengaruhi konsep diri serta sikap yang dapat menciptakan tekanan kenyamanan yang memengaruhi pilihan produk mereka..
- b. Keluarga merupakan sebuah organisasi pembelian konsumen terpenting dalam masyarakat. Kita dapat membedakan antara satu keluarga dengan keluarga lainnya. Keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah: keluarga orientasi, yaitu keluarga yang didasarkan adanya sebuah pengaruh yang mempengaruhi anggota-anggotanya contohnya: orang tua dari seseorang. Seseorang belajar dari orang tuanya tentang agama, politik, ekonomi dan ambisi pribadi, nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan dari anak-anak seseorang, adalah organisasi pembelian terpenting dalam masyarakat dan telah dipelajari secara ekstensif.
- c. Status dan peran. Seseorang yang memiliki rasa partisipasi yang kuat dalam banyak kelompok, klub, maupun organisasi. Kelompok seringkali merupakan terkumpulnya informasi yang penting serta membantu menetapkan norma perilaku. Kedudukan seseorang pada sebuah kelompok manapun dapat diketahui dari segi status dan peran.

### 3. Faktor kepribadian

Karakteristik kepribadian seseorang dapat mempengaruhi keputusan yang dilakukan oleh konsumen. Dimana kepribadian meliputi faktor:

- a. Usia dan tahap daur hidup. Konsumsi seseorang juga tergantung oleh oleh tahapan daur hidup keluarga. terdapat penelitian terbaru telah menjelaskan tahap dalam siklus kehidupan psikologis. Seseorang yang telah dewasa biasanya banyak mengalami suatu transformasi perubahan tertentu pada saat mereka menjalani hidup mereka.
- b. Lingkungan kerja dan ekonomi, pola konsumsi juga dapat dipengaruhi oleh pekerjaan. Pemasar mencoba mengidentifikasi kelompok profesional yang memiliki minat di atas rata-rata pada produk dan layanan mereka. Pemilihan produk juga mampu mempengaruhi keadaan ekonomi pada seseorang.
- c. Kepribadian dan konsep diri. Maksud dari kepribadian adalah ciri-ciri psikologis dan perbedaan pendapat yang terdapat pada setiap orang tentang tanggapannya terhadap lingkungan yang terbilang harmonis. Kepribadian merupakan variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Jika tipe kepribadian bisa dikategorikan dan terdapat korelasi yang kuat antara tipe kepribadian dengan preferensi produk dan merek.
- d. Gaya hidup, gaya hidup seseorang, memperlihatkan bagaimana seseorang perilaku memanasifasikan dirinya di dunia melalui tindakan, keinginan dan persepsi. Gaya hidup menggambarkan bagaimana "manusia pada dasarnya" berinteraksi dengan "lingkungannya". Gaya hidup juga memperlihatkan sesuatu dibalik status sosial seseorang.

### C. Transportasi

Transportasi berasal dari kata transport dalam yang memiliki arti mengangkut, memakai sebuah alat yang dilakukan untuk memudahkan

suatu pekerjaan, atau bisa juga diartikan sebagai suatu proses berpindahnya orang atau barang dari satu tempat ke tempat yang lainnya dengan menggunakan bantuan dari darat, laut maupun udara, baik bersifat pribadi maupun bersifat umum. Baik menggunakan mesin ataupun tidak menggunakan mesin. (Rahmatullah, 2020)

Sedangkan menurut Nur Widyawati (2020) transportasi adalah sebuah jenis atau bentuk transportasi yang di pergunakan untuk mengangkut dan memindahkan sesuatu seperti orang ataupun barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Suatu jenis bisnis yang melibatkan peningkatan kebutuhan manusia dengan mengubah letak lokasi barang dan manusia yang menimbulkan terjadinya transaksi.

Pengertian di atas, peneliti menyimpulkan bahwasannya transportasi ialah suatu aktivitas perpindahan suatu barang maupun orang dari tempat asalnya ke tempat tujuan.

#### **D. Transportasi Online**

Transportasi online merupakan layanan angkutan berbasis internet dalam setiap kegiatan baik dari segi transaksi dimulai dari pemesanan, pelacakan rute, pembayaran dan evaluasi mengenai baik buruknya pelayanan yang ada. Transportasi online merupakan sebuah bentuk usaha lalu lintas dan sarana transportasi yang memanfaatkan pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, dengan pesatnya kemajuan teknologi saat ini semakin memudahkan pengguna dalam menggunakan transportasi online dengan melakukan pemesanan pada aplikasi yang tersedia di berbagai smartphone. (Hestanto, 2020)

Menurut Hestanto (2020), manfaat dan tujuan membangun layanan transportasi berbasis digital diantaranya meliputi:

##### **1. Nyaman dan praktis**

Transportasi online praktis dan mudah digunakan karena layanan transportasi ini cukup menggunakan aplikasi yang ada di smartphone manapun yang terhubung dengan internet. Kenyamanan adalah tingkat

dimana pengguna merasa bahwa teknologi yang digunakan dapat digunakan dengan mudah dan tanpa masalah. (Surveyandini, 2019)

## 2. Transparan

Transportasi online dinilai lebih transparan dimana aplikasi online ini memungkinkan pengguna jasa memahami secara pasti dan detail mengenai informasi layanan transportasi online, termasuk tarif yang dikenakan selama perjalanan.

## 3. Aman dan mudah dipercaya

Angkutan online lebih aman dan terpercaya karena pengemudi telah terverifikasi di dalam perusahaan jasa angkutan online sehingga meminimalisir terjadinya resiko seperti hal yang tidak diinginkan. Selain itu, transportasi online dilengkapi dengan perlengkapan kendaraan (seperti helm) yang telah disesuaikan dengan Standar Nasional Indonesia (SNI) yang nantinya dapat meminimalisir terjadinya kecelakaan .

## **E. Keluarga Milenial**

### a. Keluarga

Keluarga dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan ibu, bapak dan anak-anaknya. Akan tetapi didalam ilmu sosial keluarga dapat diartikan bahwa keluarga adalah kedudukan terkecil yang terdapat di lingkungan masyarakat yang meliputi kepala rumah tangga dan orang-orang yang digabungkan dan hidup pada satu keluarga yang memiliki rasa saling ketergantungan. Sedangkan menurut hukum n. 10 Tahun 1992, keluarga memiliki arti unit masyarakat kecil yang terdiri suami istri beserta anak-anaknya. Dapat dikatakan apakah keluarga itu terkait dengan hubungan darah, ikatan pernikahan dan aspek lainnya.

### b. Keluarga Milenial

Menurut (Amalia, 2018) generasi milenial atau generasi Y adalah keluarga yang mencirikan dari generasi-generasi individu yang lahir

antara tahun 1977 hingga 1994, keluarga generasi milenial memiliki rasa percaya diri yang tinggi, rasa saling menghormati dan menghargai serta memiliki keterbukaan pada setiap perubahan sejalan dengan kemajuan teknologi. Hidup pada era asimilasi teknologi, Generasi Y menawarkan struktur yang menjadikan segala informasi menjadi lebih cepat tanpa mengenal batas atau waktu. Sementara itu, mentalitas Generasi Y lebih memiliki pandangan yang luas kearah masa depan serta lebih inovatif dalam mencapai kemajuan dalam segi pengaplikasian ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK).

#### **F. Ekonomi Keluarga**

Keluarga berdasarkan hubungan antara suami dan istri terdiri dari suami, istri dan anak-anak yang belum menikah. Keluarga disebut juga dengan unit terkecil dari masyarakat dan pembawa proses kehidupan sosial. Keluarga terdiri dari anggota keluarga, biasanya ayah, ibu dan anak. Setiap anggota keluarga memiliki tanggung jawab yang berbeda-beda. Untuk mewujudkan keluarga yang bahagia, semua anggota keluarga harus menunaikan hak dan kewajibannya. Hak harus diterima, kewajiban harus dilaksanakan, dan jika anggota keluarga melalaikan tugas atau fungsinya, keamanan keluarga terancam.

Ekonomi rumah tangga adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia memenuhi kebutuhannya melalui tindakan seseorang yang bertanggung jawab atas kebutuhan dan kebahagiaan hidupnya. Dalam ilmu ekonomi dijelaskan bahwa “Unsur-unsur yang ada dalam ekonomi keluarga adalah pendapatan, pengeluaran dan cara mengelola ekonomi keluarga”. Pendapatan rumah tangga merupakan sumber pemenuhan kebutuhan anggota keluarga yang dapat diperoleh dari berbagai sumber antara lain:

- a. Pengusaha contohnya berdagang
- b. Pekerja industri/pabrik, PNS, pekerja swasta dan juga buruh.

- c. Pendapatan dari tempat tinggal atau yang bisa dijadikan investasi jangka panjang seperti tanah, sawah, dan kebun

Dengan demikian peneliti simpulkan bahwa ekonomi rumah tangga ialah ilmu yang mempelajari tentang manusia sebagai makhluk sosial dalam upaya untuk memenuhi berbagai kebutuhannya seperti melalui kegiatan yang dilakukan dalam rumah tangga.

Dalam buku yang ditulis oleh Slemeto yang berjudul “Pembelajaran dan ffaktor yang mempengaruhinya” menyatakan bahwa rendahnya ekonomi didalam rumah tangga akan memberikan dampak negatif pada keberlangsungan pendidikan anak, diantaranya:

- a. Kebutuhan dasar anak tidak terpenuhi, yang dapat mengakibatkan terganggunya kesehatan anak dan berdampak pada kegiian belajar anak.
- b. Ekonomi Rumah Tangga Rendah Kesejahteraan rumah tangga yang rendah, kesehatan rumah tidak terjaga, dan kebutuhan rumah tangga terbatas.
- c. Ekonomi rumah tangga yang rendah mempengaruhi produksi peralatan belajar anak. Misalnya membeli paket buku dan kelengkapan untuk sekolah.
- d. Ekonomi yang lemah akan memberikan dampak pada keberlangsungan pendidikan anak, yang bisa mengakibatkan anak terlantar dan banyak dari mereka yang putus sekolah.

Sedangkan jika Ekonomi keluarga tinggi akan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan kualitas pendidikan anak, diantaranya:

- a. Tingginya tingkat ekonomi di dalam suatu keluarga akan memberikan dampak yang positif seperti terpenuhinya kebutuhan sehari-hari seperti kebutuhan rumah, kebutuhan sekolah terutama biaya akan pendidikan anak.
- b. Memuaskan kebutuhan dan kesejahteraan bagi keluarga itu sendiri.

- c. Keluarga yang memiliki status sosial tinggi biasanya mampu mengantarkan anaknya menuju pada pendidikan ke jenjang yang tinggi.
- d. Ekonomi yang tinggi akan memberikan kemudahan dalam hal pemenuhan kebutuhan, dan keluarga dirumah terjamin kesejahteraannya.