

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring persaingan dunia bisnis yang semakin pesat, perusahaan harus mampu bertahan dan terus bersaing dengan perusahaan lain. Persaingan dunia kerja yang sangat keras mengharuskan perusahaan melakukan perkembangan dalam bidang usaha yang dimilikinya. Manusia disebut sebagai pelaku, perencana, dan penentu terwujudnya visi organisasi sehingga manusia disebut juga sebagai pelaku aktif dalam organisasi.¹

Penjual dan produsen dituntut untuk berpikir keras dan aktif dalam dunia kerja sebab perubahan dunia yang begitu cepat. Perilaku konsumen yang paling utama adalah bermaksud mencari kepuasan yang sesuai dengan kebutuhannya saat mengonsumsi, menggunakan, maupun mengevaluasi suatu produk. Dalam dunia bisnis pemasaran menjadi suatu hal yang penting yang harus dilakukan oleh perusahaan, agar perusahaan mampu bersaing dan dapat mencapai tujuan yang diinginkan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang demi mendapatkan kebutuhan dan keinginan melalui terciptanya pengukuran produk dan nilai.² Tujuan pemasaran

¹ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta:PT. Bumi Aksara,2017), 10.

² Suyanto, *Analisa dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran* (Yogyakarta:Andi,2004), 1.

merupakan memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan sasaran.³

Salah satu kebutuhan konsumen yang dibutuhkan untuk menjaga kebersihan badan adalah sabun mandi. Kebersihan badan merupakan suatu hal yang penting, karena kebersihan dapat mempengaruhi kesehatan seseorang. Dalam kondisi seperti ini maka perusahaan berlomba-lomba membuat berbagai macam variasi sabun mandi agar dapat memenangkan kompetisi tersebut.

Sebuah proses maupun aktivitas seseorang yang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian mengenai konsumsi produk barang dan jasa melalui proses segmentasi, targeting, dan keinginan merupakan sebuah bentuk perilaku konsumen.⁴ Evaluasi mengenai pemilihan produk pembelian baik barang maupun jasa dapat dilakukan saat konsumen tersebut mengambil keputusan dalam melakukan pembelian. Pengambilan keputusan merupakan sebuah hasil dari proses kognitif yang dilakukan oleh manusia sehingga menghasilkan suatu pilihan di antara alternatif yang ada.

Strategi pemasaran yang baik akan dapat membawa keuntungan bagi perusahaan melalui keputusan pembelian seorang konsumen. Maka dari itulah, wawasan dan pemahaman yang mumpuni mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian akan sangat berguna bagi perusahaan. Ada empat faktor yang memotivasi orang untuk

³ Thamrin Abdullah, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012), 111.

⁴ Heri Sudarsono, *Manajemen Pemasaran* (Jember:CV Pustaka Abadi,2010), 15.

membuat keputusan pembelian, yaitu kebudayaan, psikologis, sosial, dan pribadi.

Faktor kebudayaan dibagi menjadi tiga yaitu budaya, subkultur dan kelas sosial. Budaya merupakan segolongan nilai persepsi, keinginan, dan perilaku dasar yang dipelajari oleh anggota masyarakat baik dari sebuah keluarga maupun lembaga penting lainnya. Sedangkan subkultur merupakan sekelompok orang yang mempunyai nilai dan sistem yang berbeda namun dalam keadaan hidup yang sama. Kelas sosial adalah bagian masyarakat yang relative permanen dan terstruktur, dan anggotanya mempunyai nilai minat dengan perilaku yang sama.

Faktor sosial dibagi menjadi tiga kategori yaitu kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status. Kelompok referensi yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap perilaku seseorang dan orang tersebut termasuk didalamnya. Keluarga adalah para anggota keluarga yang bisa memberikan pengaruh dalam menentukan kebutuhan dan keinginan seseorang.⁵ Peran dan status merupakan kegiatan yang diharapkan berdasarkan peran yang dimainkannya, dengan mengacu pada orang-orang disekitarnya dan pengakuan umum dari masyarakat.

Faktor pribadi dibagi menjadi lima yaitu usia dan tahap daur hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Usia dan tahap daur hidup didefinisikan sebagai perbedaan kebutuhan hidup manusia seiring bertambahnya usia seperti makanan, pakaian,

⁵ Kanisius, *Pemasaran Barang dan Jasa* (Anggota IKAPI, Yogyakarta:2001), 71.

perabotan dsb. Demikian juga dengan daur hidupnya, pekerjaan seseorang akan berpengaruh kepada pola konsumsinya. Kondisi ekonomi seseorang termasuk pendapatan yang dapat dibelanjakan. Keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya dicerminkan melalui gaya hidup. Sedangkan kepribadian seringkali digambarkan dengan karakteristik kepercayaan diri, dominasi, rasa hormat, interaksi sosial, dan kemampuan beradaptasi.

Faktor psikologis dibagi menjadi empat kategori yaitu motivasi, persepsi, mempelajari, serta kepercayaan dan sikap. Motivasi merupakan dorongan untuk bertindak karena kebutuhan yang tidak terpenuhi. Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih untuk mengatur dan menafsirkan informasi masukan yang diperoleh untuk menciptakan gambaran yang berarti tentang dunia. Pembelajaran menggambarkan perubahan perilaku seseorang individu yang bersumber dari pengalaman. Sikap merupakan penilaian baik atau buruknya seseorang, berupa perasaan emosional dan kecenderungan perbuatan untuk bertahan dalam jangka waktu tertentu.⁶

Sabun mandi merupakan kebutuhan primer dalam kehidupan sehari-hari, tak terkecuali di pondok pesantren. Setiap harinya para santri menggunakan sabun mandi untuk membersihkan kuman yang terdapat dalam tubuh. Selain membersihkan kuman dalam tubuh, santri juga harus memperhatikan kebersihan lingkungan sekitar seperti kamar mandi,

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 1997), 165.

kamar tidur dan tempat-tempat lainnya yang terdapat dalam pondok pesantren. Jika santri tidak menjaga kebersihan akibatnya santri mempunyai gatal-gatal, kudis dan penyakit kulit lainnya. Karena kamar mandi yang dipakai secara bersama-sama, tempat tidur yang dipakai bersama dan kadang tidak beralaskan tikar itu juga mejadi salah satu faktor tertularnya penyakit kulit. Salah satu faktor santri dalam menjaga kebersihan dan kesehatan kulitnya adalah dengan mandi yang bersih.

Pondok pesantren merupakan pendidikan informal yang meperdalam ilmu agama Islam dan menjadikannya sebagai pedoman hidup sehari-hari. Berikut merupakan Pondok Pesantren yang terdapat di Kabupaten Blitar.

Tabel 1.1
Daftar Pondok Pesantren di Kabupaten Blitar

No.	Nama Pondok Pesantren	Alamat Pondok Pesantren
1	Pondok Pesantren An-Ni'mah	Area I RT 02/02 Sutojayan Area Kebun, Kedung Bunder Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
2	Pondok Pesantren Nurul Ulum	Jl. Diponegoro No 105, Dadapan Kedung Bunder Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
3	Pondok Pesantren Mambaul Hikmah	Jingglong Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
4	Pondok Pesantren Tahsinul khalaq	Jl. Arjuna 37, Wonorejo, Kalipang Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
5	Pondok Pesantren Al-Falah	Jl. Hasan Ahmad RT02 RW 02 Siraman Kesamben Kabupaten Blitar
6	Pondok Pesantren Hasanuddin	Jl. Hasan Ahmad Siraman Kesamben Kabupaten Blitar
7	Pondok Pesantren Mbaran	Mbaran Kasim Kabupaten Blitar
8	Pondok Pesantren Assalam	Dusun Jambewangi Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
9	Pondok Pesantren Darussalam	Jl. Gn Kawi, Gading Selopuro Kecamatan Selopuro Kabupatn Blitar
10	Pondok Pesantren Apis	Jl. Desa Gedong No 28 Gondang Gandosari Kabupaten Blitar

11	Pondok Pesantren Sirojuth Tholibin	Bacem Kecamatan Sutojayan Kabupaten Blitar
12	Pondok Pesantren Al-Maromah Ma'rifatulloh	Tulung Rejo Doko Kabupaten Blitar
13	Pondok Pesantren Qur'ani	Sumberagung Gandusari Kabupaten Blitar
14	Pondok Pesantren An-Nur	Kaweron Talun Kabupaten Blitar
15	Pondok Pesantren Mambaul Hisan	Jl. Dr Sutomo RT 03 RW 02 Talun Sumberejo Kabupaten Blitar
16	Pondok Pesantren Nurul Ihsan	Plampangan Jugo Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar
17	Pondok Pesantren Nurul Huda	Jajagan Jugo Kabupaten Blitar
18	Pondok Pesantren Miftahul Ulum	Jl. Diponegoro No 2 rt 03 rw 02 area sawah Talun Kabupaten Blitar
19	Pondok Pesantren Nidaul Falah	Jabung Talun Kabupaten Blitar
20	Pondok Pesantren Sananul Huda	Ds. Kepel rt 02 rw 01 Desa Sumberagung Kecamatan Selorejo Kabupaten Blitar
21	Pondok Pesantren Al-Aqso	Jl. Mawar Dusun Jatiluhur Jatitengah Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar
22	Yayasan Pondok Pesantren Almuthohroh	Tuwuhrejo RT 02 RW 04 Kesamben Blitar
23	Pondok Pesantren Tsamrotul Ulum	Ngembul Kesamben Kecamatan Kesamben Kabupaten Blitar

Sumber: https://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_pesantren_di_Kabupaten_Blitar diakses Sabtu 19 Februari 2022 Pukul 10:00

Dari berbagai pondok pesantren, terdapat sebuah pondok pesantren di Kesamben Kabupaten Blitar. Ada tiga pondok modern di Kesamben yaitu pondok pesantren Al-Falah, pondok pesantren Hasanuddin, dan pondok pesantren Mbaran. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan pada tanggal 5 Agustus 2021 diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.2
Pondok pesantren Modern di Siraman Kesamben kabupaten Blitar

	Nama Pondok		
	Pondok Al-Falah	Pondok Hasanuddin	Pondok Mbaran
Keterangan			
Jumlah Santri	175	13	25
Fasilitas yang tersedia	<ul style="list-style-type: none"> - Mushola - Aula -Kamar mandi - Koperasi - UKS - Dapur -Tempat parkir - Perpustakaan - Ruang Jahit - Kamar Tidur - Ruang Kelas - Makan 3 kali sehari 	<ul style="list-style-type: none"> - Mushola - Kamar Mandi - Koperasi - Tempat parkir - Makan 3 kali sehari - Kamar tidur - Dapur 	<ul style="list-style-type: none"> - Mushola - Kamar mandi - Kamar tidur - Tempat Parkir - Koperasi - Dapur
Pendidikan non formal	<ul style="list-style-type: none"> - Mengaji Kitab - Binadzor Al-Qur'an - Madrasah Diniyah 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengaji Kitab - Binadzor Al-Qur'an 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengaji kitab - Binadzor Al-Qur'an
Jadwal mengaji santri	<ul style="list-style-type: none"> - Ba'da subuh - Ba'da dzuhur - Ba'da maghrib - Ba'da isya' 	<ul style="list-style-type: none"> - Ba'da subuh - Ba'da Isya' 	<ul style="list-style-type: none"> - Ba'da subuh - Ba'da ashar - Ba'da isya'
Kegiatan lainnya	<ul style="list-style-type: none"> - Qiro'ah - Pidato - Burdah - Diba'iyah - Manaqib - Seni hadroh - Maudhoh - Bela diri 	<ul style="list-style-type: none"> - Burdah - Dibaiyah - Bela diri 	<ul style="list-style-type: none"> - Burdah - Dibaiyah - Manaqib

Sumber data: Data diolah oleh peneliti, Agustus 2021

Dari pemaparan data tabel 1.2 Pondok Pesantren AL-Falah mempunyai santri lebih banyak dari pada pondok pesantren Hasanuddin dan pondok pesantren Mbaran. Pondok pesantren Al-Falah mempunyai 175 santri, pondok pesantren Hasanuddin mempunyai 13 santri dan pondok pesantren Mbaran mempunyai 25 santri. Terdapat banyak kesamaan dalam fasilitas yang disediakan oleh ketiga pondok tersebut,

yang menjadi keunggulan pondok pesantren Al-Falah meliputi Aula, koperasi, UKS, perpustakaan, ruang jahit dan ruang kelas. Pendidikan non formal yang ada di pondok pesantren Al-Falah adalah Madrasah Diniyah, Binnadzor Al-Qur'an dan mengaji kitab, sedangkan pendidikan non formal yang dilakukan pondok pesantren Hasanuddin dan pondok pesantren Mbaran adalah binnadzor Al-Qur'an dan mengaji kitab. Kegiatan jadwal mengaji yang dilakukan pondok pesantren Al-Falah lebih padat yaitu Ba'da subuh, ba'da dzuhur, ba'da magrib dan ba'da isya'.

Dalam kesehariannya, selain para santri menempuh pendidikan di pondok pesantren, juga menempuh pendidikan formal. Dimana dalam hal ini santri harus menjaga kesehatan dan kebersihan kulit. Berikut data pengguna sabun mandi di pondok pesantren Al-Falah Siraman Kabupaten Blitar.

Tabel 1.3
Data pemilihan sabun mandi pondok Al-Falah Kesamben Kabupaten Blitar

No.	Merk Sabun Mandi	Jumlah Pengguna
1.	Dettol	103
2.	Lifebuoy	29
3.	Nuvo	19
4.	Lux	9
5.	GIV	5
6.	Citra	4
7.	Shinzui	3
8.	Lervia	2
9.	Scarlet	1
Jumlah		175

Sumber data: Data diolah oleh peneliti, Agustus 2021

Berdasarkan data tersebut, dapat diketahui bahwa pengguna sabun mandi Dettol berjumlah 103 santri, lifebuoy berjumlah 29 santri, sabun

mandi nuvo berjumlah 19 santri, sabun mandi lux berjumlah 9 santri, sabun mandi GIV berjumlah 5 santri, sabun mandi citra berjumlah 4 santri, sabun mandi shinzui berjumlah 3 santri, sabun mandi lervia berjumlah 2 santri dan sabun mandi scarlet berjumlah 1 santri.

Dari berbagai macam merk sabun mandi yang ada dipasaran, di Pondok Pesantren Al-Falah Siraman paling banyak menggunakan sabun mandi Dettol yaitu 103 santri. Santri menggunakan sabun mandi dettol salah satu tujuannya adalah untuk mengurangi penyakit kulit dan menjaga kesehatan serta kebersihan kulit, karena sabun dettol merupakan sabun antiseptic. Sabun Dettol merupakan sabun mandi yang diproduksi oleh *Reckith Benckiser* yang diperkenalkan sekitar 80 tahun yang lalu. Sabun mandi Dettol merupakan salah satu sabun antiseptik terbaik yang dikenal masyarakat Indonesia. Sabun mandi yang mengedepankan keunggulan utamanya yaitu permbersih optimal terhadap bakteri dan kuman untuk sanitasi badan. Sabun Dettol merupakan sabun mandi terbaik karena didukung dengan Top Brand. Berkaitan dengan pembelian sabun mandi Dettol, para konsumen bebas memilih faktor apa yang mempengaruhinya. Adapun data yang didapat sebagai berikut :

Tabel 1.4
Alasan santri pondok pesantren Al-Falah melakukan pembelian
sabun Dettol

No.	Kategori Jawaban	Jumlah	
1.	Faktor kebudayaan	Budaya	2
		Sub budaya	0
		Kelas Sosial	0
2.	Faktor social	Kelompok referensi	8
		Keluarga	3
		Peranan dan status	0
3.	Faktor pribadi	Usia dan tahap daur hidup	0
		Pekerjaan	0
		Keadaan ekonomi	0
		Gaya hidup	2
		Kepribadian dan konsep diri	0
4.	Faktor psikologis	Motivasi	2
		Persepsi	12
		Belajar	0
		Kepercayaan dan sikap	1
	Jumlah	30	

Sumber data: Data diolah oleh peneliti, Agustus 2021

Pada tabel di atas, Menurut Philip Kotler faktor keputusan pembelian dibagi menjadi empat yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.⁷ Dari 30 responden dapat diketahui bahwa 2 orang memilih budaya, 8 orang memilih kelompok referensi, 3 orang memilih keluarga, 2 orang memilih gaya hidup, 2 orang memilih motivasi, 12 orang memilih persepsi serta 1 orang memilih kepercayaan dan sikap. Maka dapat diketahui alasan memilih sabun mandi dettol yang paling banyak adalah Persepsi dan Kelompok referensi. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Persepsi dan Kelompok Referensi Terhadap keputusan pembelian sabun**

⁷ Ibid., 154.

mandi Dettol (Studi pada santri pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kabupaten Blitar).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?
2. Bagaimana kelompok referensi sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?
3. Bagaimana keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?
4. Bagaimana pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?
5. Bagaimana pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?
6. Bagaimana pengaruh persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui persepsi sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
2. Untuk mengetahui kelompok referensi sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.

3. Untuk mengetahui keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
4. Untuk mengetahui persepsi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
5. Untuk mengetahui kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
6. Untuk mengetahui persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol pada santri Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Dari hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan, khususnya dalam keputusan pembelian
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi dettol

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan kemampuan dalam melakukan penelitian dan untuk menerapkan teori-teori yang sudah didapatkan semasa di bangku perkuliahan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi dan menambah referensi penelitian yang terkait dengan keputusan pembelian

E. Telaah Pustaka

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sylvia Kartika WB dan Rosyid Sidig dalam Jurnal Digest Marketing yang berjudul Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 CC. Mendapatkan hasil bahwa nilai Fhitung 17,304 dengan signifikansi $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) yang artinya secara bersama-sama kelompok referensi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji koefisien determinasi nilai R square sebesar 35,1%, hal ini berarti keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh kelompok referensi, sisanya 64,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁸

Persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan variabel sama kelompok referensi/acuan dan variabel (Y) sama yaitu keputusan pembelian. perbedaan dengan penelitiannya sebelumnya adalah penelitian

⁸ Sylvia Kartika WB dan Rosyid Sidig, "Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 CC", jurnal Digest Marketing, 1(Januari,2018),34.

sebelumnya menggunakan satu variabel bebas sedangkan penelitian ini menggunakan dua variabel bebas. Objek yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu pengguna Kawasaki Ninja 250 CC di Jambi sedangkan penelitian ini adalah pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben.

2. Penelitian Terdahulu yang dilakukan oleh Lily Harjati dan Lusya Okivia Sabu G. Dalam E-Journal Widya Ekonomika yang berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop. Mendapatkan hasil bahwa nilai F_{hitung} 78,832 (sig. 0,000 < 0,05) yang artinya secara bersama-sama variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan uji koefisien determinasi nilai R square sebesar 44,6%, hal ini berarti keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh keputusan pembelian, sisanya 55,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.⁹

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel X dan variabel Y sama yaitu persepsi dan keputusan pembelian. Serta sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya itu objek penelitian sebelumnya terdapat di Responden yang menggunakan The Body Shop sedangkan penelitian ini di Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben.

⁹Lily Harjati dan Lusya Oktavia, "Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian The Body Shop", E-Journal Widya Ekonomik, 1(November,2014), 29.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arina Wahyuni, dengan judul *Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di Re-Share Rabbani Blitar*. Pada uji korelasi ganda, variabel persepsi (X_1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) memiliki pearson correlation sebesar 0,793 dan variabel sikap (X_2) konsumen terhadap variabel keputusan pembelian (Y) memiliki pearson correlation sebesar 0,744. Menunjukkan bahwa persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk Rabbani di re-Share Rabbani Blitar terdapat hubungan yang kuat.¹⁰

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif. Variabel (X_1) sama-sama persepsi dan variabel (Y) Keputusan pembelian. Sedangkan perbedaan yaitu variabel (X_2) penelitian ini kelompok referensi sedangkan penelitian sebelumnya yaitu sikap konsumen. Objek dalam penelitian sebelumnya yaitu Rabbani Blitar sedangkan penelitian ini Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Blitar.

4. Penelitian terdahulu oleh Desy Rasmala As'ad (2018), dengan judul *Pengaruh Gaya Hidup Komsumtif dan Kelompok Acuan terhadap keputusan pembelian Android Samsung Di MTC Kota Makassar*. Di dapatkan hasil bahwa gaya hidup komsumtif dan kelompok acuan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,779 > 1,986$ dan variabel kelompok acuan

¹⁰ Arina Wahyuni, "Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani di Re-Share Rabbani Blitar", Skripsi. (Kediri:STAIN Kediri,2017). 52.

berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $11,532 > 1,986$ yang masing-masing dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.¹¹

Persamaan peneliti dengan skripsi di atas sama-sama menggunakan metode kuantitatif, variabel (X_2) sama-sama kelompok referensi/acuan dan variabel (Y) sama yaitu keputusan pembelian. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah pada variabel (X_1) gaya hidup sedangkan penelitian ini menggunakan persepsi. Objek yang digunakan penelitian sebelumnya yaitu MTC Kota Makassar sedangkan penelitian ini adalah pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben.

5. Penelitian terdahulu oleh Rizky Romadhona, dengan judul Pengaruh Persepsi dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso (Studi Pada Konsumen Prima Swalayan Nganjuk). Pada uji korelasi berganda hubungan persepsi terhadap keputusan pembelian adalah 0,396 artinya terdapat hubungan yang rendah. Sedangkan hubungan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian adalah 0,597 artinya terdapat hubungan yang sedang. Signifikansi persepsi dan kelompok referensi $< 0,05$. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian detergen Rinso. Koefisien determinasi yaitu 0,384 atau 38,4% artinya besarnya pengaruh persepsi dan

¹¹Desy Rasmala As'ad,"Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kelompok Acuan Terhadap Pembelian Android Samsung Di MTC Kota Makassar". Skripsi. (Makasar:UIN Alaudin Makasar,2018), 44.

kelompok referensi terhadap keputusan pembelian 38,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dipenelitian ini.¹²

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu keduanya menggunakan penelitian kuantitatif, sama-sama menggunakan variabel bebas persepsi dan kelompok referensi. Perbedaannya obyek penelitian ini di Pondok Pesantren Al-Falah Siraman Kesamben, sedangkan penelitian sebelumnya di Prima Swalayan Nganjuk.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan Hipotesis merupakan dugaan yang digunakan oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitian. Dan hipotesis itu menjadi kebenaran yang dapat diterima secara sementara berdasarkan teori yang mendasarinya.¹³

1. H_{a1} : Terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
2. H_{o1} : Tidak Terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.

¹²Rizky Romadhona, "Pengaruh Persepsi dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso (Studi Pada Konsumen Prima Swalayan Nganjuk)". Skripsi. (Kediri: IAIN Kediri, 2020), 76.

¹³ Limas Dodi, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2015), h 114.

3. H_{a_2} : Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
4. H_{o_2} : Tidak Terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
5. H_{a_3} : Terdapat pengaruh persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.
6. H_{o_3} : Tidak Terdapat pengaruh persepsi dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian sabun mandi Dettol pada santri pondok pesantren Al-Falah Siraman Kesamben Kabupaten Blitar.