

Kode>Nama Rumpun Ilmu : 574/PEMASARAN
Bidang Fokus : Sosial Humaniora, Seni
Budaya, Pendidikan Penelitian
Lapangan Dalam Negeri (Kecil)

**LAPORAN AKHIR
TAHUN KE-1 DARI 2 TAHUN
PENELITIAN TERAPAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**

**MODEL PEMBENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERBASIS *MENTAL ACCOUNTING*
PADA INDUSTRI DOC (*Day Old Chicken*) DI INDONESIA**

TIM PENGUSUL :

Ir. Jatmiko, MM., MBA	0315026303
Ari Anggarani WPT, SE, MM	0303037503
Dr. Sudarwan, CIA., QIA., Akt	0302055602

UNIVERSITAS ESA UNGGUL JAKARTA

Nopember, 2018

Dibiyayai Oleh :

**DUREKTORAT RISET DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT
DIREKTORAT JENDERAL PENGUATAN RISET DAN PENGEMBANGAN
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
SESUAI DENGAN KONTRAK PENELITIAN
No.020 / KM / PNT / 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : MODEL PEMBENTUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN
BERBASIS MENTAL ACCOUNTING PADA
INDUSTRI DOC (Day Old Chicken) DI INDONESIA

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : Ir JATMIKO, M.M.
Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul
NIDN : 0315026303

Jabatan Fungsional

Program Studi : Lektor
Nomor HP : Manajemen
Alamat surel (e-mail) : 08129331881
: jatmiko@esaunggul.ac.id

Anggota (1)

Nama Lengkap : ARI ANGGARANI WINADI S.E., M.M.
NIDN : 0303037503
Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Anggota (2)

Nama Lengkap : Drs SUDARWAN M.Acc, PhD
NIDN : 0302055602
Perguruan Tinggi : Universitas Esa Unggul

Institusi Mitra (jika ada)

Nama Institusi Mitra : -

Alamat : -

Penanggung Jawab : -

Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Biaya Tahun Berjalan : Rp 130,000,000

Biaya Keseluruhan : Rp 496,720,000

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

D.K.I. JAKARTA, 5 - 11 - 2018
Ketua,

(Dr. MF. Arrozi A., SE., M.Si., Ak., CA)
NIP/NIK 1970090322005011001

(Ir JATMIKO, M.M.)
NIP/NIK 0296090069

Menyetujui,
Ketua LPPM Universitas Esa Unggul

(Dr. Hasyim, M.Ed)
NIP/NIK 0201040164

RINGKASAN

Tujuan utama penelitian ini adalah menciptakan konstruksi model konseptual *Mental Accounting* dalam pembentukan keputusan pembelian produk DOC (*day old chicken*) pengusaha peternak ayam pedaging untuk memaksimalkan utilitas finacialnya, sehingga investor DOC tahu strategi pemasaran yang harus dilakukan. Penelitian dilakukan bukan merubah proses tahapan keputusan pembelian melainkan meyempurnakan tahapan *purchase decicion* yang sudah ada, dari 5 tahap yaitu pertama pengenalan masalah, kedua pencarian informasi, ketiga evaluasi alternatif, keempat keputusan pembelian, kelima evaluasi purna beli. Peneliti menduga setelah tahap ketiga sebelum masuk tahap keempat pada tahapan keputusan pembelian *investor* terlebih dahulu melalukan *Mental Accounting* untuk memaksimalkan utilitas keuangannya dalam berinvestasi.

Rancangan penelitian bersifat kuantitatif dan berbentuk *kausalitas eksplanatoris*, bertujuan menguji pengaruh *factor internal*, *eksternal*, dan *behavior control* terhadap keputusan pembelian melalui *mental accounting* dengan jumlah respoden 276 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada Faktor Internal (X_1) meliputi aspek pribadi dan aspek psikologis; Faktor Eksternal (X_2) meliputi keluarga, kelompok acuan, budaya; Kontrol Perilaku (X_3) yaitu *bilief*, *attitude*, *intention*, *behavior*, terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan *Mental Accounting* (Z) sebagai *vaiabel intervening*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Factor Internal dan Kontrol Perilaku berpengaruh langsung lebih kuat terhadap Keputusan Pembelian bila dibandingkan melalui *Mental Accounting*, sedangkan Faktor Eksternal tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian akan tetapi harus melalui *Mental Accounting*. Hal ini menunjukkan bahwa *Mental Accountin* merupakan variable *intervening* dari dari Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian. Pada dasarnya *Mental Accounting* juga berpengaruh terhadap Faktor Internal dan Kontrol Perilaku hanya saja tingkat pengaruh tidak langsungnya melalui *Mental Accounting* lebih kecil bila dibandingkan dengan pengaruh lansung. Repleksi Faktor Internal melalui *Mental Accounting* terhadap perilaku investasi terutama dipengaruhi oleh unsur psikologis terhadap potensi *losses*, sedangkan factor Kontrol Perilaku terutama *bilief* terhadap potensi *losses* mengintervensi *behavior* dalam menunda keputusan investasi.

Mental Accounting sebagai variable *intervening* dari Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian, menunjukkan bahwa pada saat investor mau melakukan investasi pembelian DOC menjadi Ayam Pedaging terlebih dahulu mereka melakukan evaluasi kemampuan keuangan mereka. Jika Faktor Eksternal merupakan penyebab *losses* terhadap pembelian DOC yang dikategorikan sebagai barang *high involvement* maka bentuk perilaku keputusan pembeliannya dilakukan melalui pertimbangan yang matang atau bahkan memutuskan untuk menunda investasinya. Hasil akhir membuktikan barang *high* maupun *low involvement* terhadap sejumlah modal yang akan diinvestasikan setelah Evaluasi Alternatif pada tahapan proses keputusan pembelian yaitu tahap ke-3 sebelum masuk pada tahap ke-4 yaitu Keputusan Pembelian mereka akan melakukan analisis Faktor Eksternal sehingga perilaku Keputusan Pembeliannya terbentuk melalui *Mental Accounting*.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Behavior Controll, Mental Accounting, Keputusan Pembelian, DOC (Day Old Chicken).

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rachmat, Tafik dan Hidayah-Nya atas terselesaikannya Laporan Kemajuan Penelitian PTUPT pada LPPM Universitas Esa Unggul. Selain itu juga peneliti mengucapkan terima kasih dengan tulus yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Dirjen Dikti pada DRPM yang telah memberikan bantuan dana Penelitian PTUPT sehingga peneliti mampu berkompetisi dalam kancah Nasional untuk memenangkan Hibah Penelitian tersebut.
2. Rektor Universitas Esa Unggul, Dr. Arief Kusuma AP, Ir., MBA, yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran. Ilmu pengetahuan ini akan mampu untuk mengembangkan kelembagaan di program studi Manajemen pada khususnya dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada umumnya.
3. Dekan Fakultas Ekonomi, Dr. Muhammad Fachruddin Arrozi Adhikara, SE, M.Si., Akt., CA yang telah memberikan fasilitas kepada para peneliti selama melaksanakan penelitian di prodi Manajemen, serta Fakultas atas segala sarana dan prasarana untuk menunjang selesainya penelitian tersebut.
4. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Esa Unggul, Drs. Sugiyanto, MM yang telah memberikan fasilitas kepada peneliti untuk berkolaborasi dengan Prodi Manajemen dalam mengembangkan domain ilmu Pemasaran.
5. Ketua LPPM, DR.Hasyim, SE., MM., M.Ed yang telah memberikan dukungan moril selama proses penelitian sehingga penelitian ini dapat kami selesaikan dengan lancar.
6. Perusahaan Peternakan Ayam Potong yang tidak dapat disebut satu-persatu telah berkenan menjadi responden untuk kelancaran penelitian yang kami lakukan.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti dengan ikhlas sehingga Penelitian PTUPT ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis berharap dari Hasil Penelitian dengan segala keterbatasan yang ada dapat menjadi bahan rujukan dan memiliki implikasi pada penelitian berikutnya, sehingga bermanfaat kepada pengembangan ilmu pengetahuan khususnya Ilmu Manajemen, Amiin.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	2
1.3. Tujuan Khusus	3
1.4. Urgensi atau Keutamaan Penelitian	3
1.5. Dukungan Usulan Riset Pada Capaian Renstra dan Peta Jalan PT	4
1.6. Kontribusi Penelitian	5
1.7. Temuan dan Luaran Penelitian	5
BAB II RENSTRA & ROAD MAP PENELITIAN PERGURUAN TINGGI.	7
2.1. Renstra dan Road Map Penelitian Bidang Unggulan	7
2.2. Luaran Penelitian dan Sinergi Kelompok Penelitian Untuk Meng hasilkan Inovasi Yang Ditargetkan	8
2.3. Pentingnya Riset Yang Diusulkan Dalam Mendukung Capaian Rencana Strategis Penelitian PT	9
BAB III TINJAUAN PUSTAKA	10
3.1. Perilaku Konsumen	10
3.2. Pembentukan Keputusan Pembelian	10
3.3. Akuntansi Mental (<i>Mental Accounting</i>)	11
3.4. Kontrol Perilaku	11
3.5. Faktor Internal	12
3.6. Faktor Eksternal	12
3.7. Hasil Studi Yang Telah Dicapai	12
3.8. Roadmap Penelitian	13
BAB IV METODE PENELITIAN	14
4.1. Rencana Penelitian	14
4.2. Populasi, Sampel	14
4.3. Variabel Penelitian	15
4.4. Objek Penelitian	16
4.5. Sumber Data	16
4.6. Prosedur Pengumpulan Data	16

4.7. Teknik Analisa Data	16
4.8. Diagram Alir dan Fishbone Penelitian Tahun 1 dan 2	17
4.9. Pengujian Hipotesis	18
4.10. Model Faktor Determinan Perilaku Pasar Dalam Pembentukan Keputusan Pembelian Melalui Mental Accounting	19
BAB V. HASIL YANG DICAPAI	20
5.1. Uji Instrumen	20
5.2. Pengolahan Data dan Pembahasan	20
5.3. Model Struktural SEM	23
5.4. Pembahasan Model Struktural SEM DOC	24
BAB VI. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	26
6.1. Tujuan Khusus	26
6.2. Analisis Data	26
6.3. Pembahasan	26
6.4. Kesimpulan dan Saran Tahap 2	27
BAB VII. KESIMPULAN DAN SARAN	28
7.1. Kesimpulan	28
7.2. Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	30
LAMPIRAN	31



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Konsumsi Daging Ayam / Kapita	1
1.2	Penjualan DOC Beberapa Perusahaan di Jakarta	1
1.3	Rencana Target Capaian Tahunan	6
5.1	Hasil Uji Reliabilitas	20
5.2	<i>Regression Weight P-Value</i> Signifikasi Variabel Bebas Terhadap V.Terikat ..	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Basis <i>Roadmap</i> Penelitian	8
	3.1	Theory of Planned Behavior	10
	3.2	Peta Jalan (<i>Roadmap</i>) Penelitian	12
	4.1	Diagram Alir Penelitian Tahun Ke-1 dan Ke-2	16
	4.2	Diagram Fishbone Penelitian Tahun Ke-1 dan Ke-2	17
	4.3	Model Faktor Determinan Penelitian	19
	5.1	Model Struktural SEM Day Old Chicken (DOC)	23



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Justifikasi Anggaran Penelitian	28
2.	Dukungan Sarana dan Prasarana dari Perguruan Tinggi Pengusul	30
3.	Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas	31
4.	Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul	32
5.	Surat Pernyataan Ketua Tim Penelitian	43
6.	Jurnal Hasil Penelitian	44

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Semakin membaiknya perekonomian Indonesia, konsumsi protein hewani terutama dari daging ayam dari tahun ke tahun selalu meningkat. Menkonsumsi daging ayam bukanlah suatu gaya hidup yang mewah, namun kecenderungannya sudah menjadi kebutuhan sehari-hari oleh masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dilihat pada setiap warung makan dari yang biasa sampai yang mewah setiap hari selalu tersedia menu daging ayam. Tentunya situasi pasar konsumsi daging ayam ini sangat menarik bagi para peternak ayam dan perusahaan perunggasan ayam, karena menunjukkan adanya peluang bisnis yang sangat menarik. Adapun tingkat konsumsi daging ayam oleh masyarakat per kapita dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1.1 Konsumsi Daging Ayam / Kapita

Periode Produksi	Jumlah (Kg)	Pertumbuhan (%)
2012	4,9	
2013	6,28	28,16
2014	6,9	9,87
2015	7,8	13,04
2016	8,6	10,26
2017	9,5	10,45

Sumber : GPPU, 2017.

Bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi DOC (*day old chicken*) yaitu anakan ayam untuk dibesarkan sebagai daging ayam, peningkatan konsumsi daging ayam tersebut di atas merupakan informasi pasar yang bagus karena terindikasi adanya permintaan DOC yang cukup besar setiap tahunnya. Namun pada kenyataannya tidaklah demikian karena justru kemampuan penyerapan pasar terhadap DOC dari tahun ke tahun terjadi penurunan yang cukup signifikan, seperti dalam table berikut ini :

Tabel 1.2 Penjualan DOC Beberapa perusahaan Di Jakarta (ekor/tahun)

Periode	1.PT. Cibadak	2. PT. Charoen Pokphand	3. PT. Japfa	4. PT. Malindo
2012	46.275.265	2.404.605.000	1.136.135.000	453.700.980
2013	32.853.215	2.404.605.000	1.136.137.000	453.700.781
2014	22.587.394	3.116.761.000	1.271.910.000	620.364.945
2015	20.064.643	3.868.560.000	1.441.647.000	778.172.607
2016	18.258.077	3.259.752.000	1.242.238.000	662.172.000
2017	22.275.265	3.900.690.000	1.513.289.000	861.856.000

Sumber : Data diolah, 2017.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan daging ayam dari tahun ke tahun semakin menurun. Hal ini sangat mengkhawatirkan bagi perusahaan produsen DOC, ditambah dengan adanya

wacana impor daging ayam dari Brasil yang akan menjadi pesaing bagi perusahaan perunggasan. Faktor selanjutnya adalah biaya pakan ayam naik dengan harga yang sangat tinggi.

Akuntansi mental (*mental accounting*) merupakan cara bagaimana konsumen menkodekan, mengkategorikan, dan mengevaluasi hasil financial dari pilihannya (Kotler and Keller, 2010). Kondisi yang terjadi pada pasar DOC terjadinya *mental accounting* sebelum menentukan keputusan pembelian ditentukan oleh adanya DOC impor, ayam pedaging impor, pakan ternak yang sangat mahal.

Perilaku konsumen menurut Ducan, Tom (2005), adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Ajzen, Icek dan Fisbian, M. dalam Jogiyanto (2007) melalui *theory of planned behavior* perilaku terbentuk mencakup dalam tiga hal yaitu *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. Sementara Kincaid, Judith (2003) menyatakan bahwa barang-barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah Faktor *internal* meliputi aspek pribadi, aspek psikologi dan factor *eksternal* meliputi keluarga, kelompok acuan, dan budaya (Lia Natalia, 2010). Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk dengan mempertimbangkan kualitas, harga, produk sudah dikenal oleh masyarakat (Kotler, Keller, 2010).

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas rumusan masalah penelitian meliputi :

1. Apakah Faktor Internal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
2. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
3. Apakah Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
4. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
5. Apakah Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
6. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
7. Apakah Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
8. Apakah Faktor Internal, Faktor Eksternal, Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.
9. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian

1.3. Tujuan khusus

Penelitian ini bertujuan menciptakan konstruksi model konseptual Akuntansi Mental (*mental accounting*) mengenai keputusan pembelian produk DOC bagi pengusaha peternak ayam pedaging untuk memaksimalkan utilitasnya. Model konseptual *mental accounting* ini merupakan inovasi baru dalam perilaku pasar pada proses keputusan pembelian, sehingga pengusaha peternak ayam pedaging mampu memprediksi *risk, return*, yang akan dihadapi pada saat melakukan keputusan pembelian.

Tahun Pertama, tujuan khusus yang ingin dicapai pada penelitian adalah :

1. Konstruksi model pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis faktor internal, eksternal, dan kontrol perilaku individu pasar dalam rekayasa *sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional industri DOC.
2. Konstruksi model perilaku pembentukan keputusan pembelian dalam rekayasa *sustainability* utilitas keuangan pada industri DOC terhadap *risk* dan *return*.
3. Melakukan kajian perilaku pasar dalam memaksimalkan keuntungan melalui *mental accounting*.
4. Deseminasi hasil penelitian di Seminar Nasional melalui FMI atau seminar internasional ICEBUSS lainnya.
5. Publikasi hasil penelitian pada Jurnal Nasional Terakreditasi yaitu JAM atau Internasional Journal of Business and Globalization bereputasi SCOPUS atau lainnya.
6. Bahan ajar pada mata kuliah Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen.

Tahun Kedua, tujuan khusus yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah :

1. Konstruksi model proses tahapan keputusan pembelian pada industri DOC (day old chicken) di Jakarta, sehingga dapat digunakan dalam mengembangkan aplikasi strategi yang sesuai untuk mendorong keputusan pembelian pada industri DOC.
2. Konstruksi model kebijakan dalam memaksimalkan utilitas keuangan pada industri DOC.
3. Konstruksi model pedoman dalam proses keputusan pembelian dan perilaku keputusan pada industri DOC.

1.4. Urgensi atau Keutamaan Penelitian

Mental accounting dalam proses tahapan keputusan pembelian, merupakan langkah strategis yang paling penting sebelum pasar melakukan keputusan pembelian. Semakin besar resiko dan ketidakyakinan yang akan dihadapi oleh pasar, maka pelaksanaan keputusan pembelian akan semakin lemah. Oleh karena itu maka urgensi dan keutamaan penelitian :

Pertama, penelitian ini akan melihat bagaimana kecenderungan perilaku pasar dalam membentuk keputusan pembelian DOC dalam situasi yang dipengaruhi oleh berbagai factor antara lain adanya DOC impor, impor ayam pedaging, pakan ayam dan obat-obatan yang diperlukan. Filosofi dasarnya adalah bagaimana tercipta manfaat antara produsen DOC dan peternak ayam pedaging.

Kedua, kontribusi penelitian ini efek pada pengembangan teori perilaku pasar sebagai bagian dalam tahapan proses pembentukan keputusan pembelian pada industry DOC. Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dimulai dari tahap; *pertama*, pengenalan masalah; *kedua*, pencarian informasi; *ketiga*, evaluasi alternative; *keempat*, keputusan pembelian; *kelima*, perilaku purna pembelian. Namun dalam industry DOC sebelum sampai tahap keputusan pembelian dengan berbagai factor yang mempengaruhi pasar melakukan *mental accounting*, yaitu pasar melakukan pengkodean, mengkategorikan, mengevaluasi hasil finansial pada pilihannya.

Ketiga, preferensi prospek investasi yang bersifat membingungkan dalam situasi pasar yang dinamis. Preferensi mengindikasikan pada situasi pasar seperti apapun investasi bertujuan memaksimalkan utilitas *return*, namun pada situasi lain factor internal, eksternal, control perilaku (suplai DOC, ayam pedaging import yang cukup besar, pakan ayam mahal, obat-obatan untuk ayam) menimbulkan perilaku pasar dalam keputusan pembelian perlu pertimbangan mendalam.

1.5. Dukungan usulan riset pada capaian Renstra dan Peta jalan penelitian Perguruan Tinggi

Tahapan proses *pembentukan keputusan pembelian* dalam upaya memaksimalkan utility keuangan perusahaan merupakan langkah strategis yang tidak dapat dipisahkan dari *marketing strategy* dengan menekankan pada aspek *perilaku pasar* yang dinamis karena pengaruh factor internal, eksternal, control perilaku, dan lainnya seperti; suplai DOC, import ayam pedaging dengan jumlah yang besar, pakan ayam mahal, obat-obatan untuk ayam. Situasi ini berdampak pada perilaku pasar dalam keputusan pembelian bibit ayam pedaging (DOC) memerlukan pertimbangan yang mendalam. Pengambilan keputusan pembelian pada fenomena tersebut menyebabkan tahapan proses pengambilan keputusan pembelian berkembang dari tahap Ke-tiga sebelum menuju tahap Ke-empat (keputusan pembelian) muncul satu tahapan yang sangat prinsip untuk memasuki tahap Ke-empat yaitu *mental accounting*. Hasil dari research ini akan membuat kualitas keputusan pembelian lebih baik dalam memaksimalkan utility keuangannya.

Penelitian ini bertujuan menghasilkan konstruksi model kebijakan dalam pembentukan keputusan pembelian sesuai dengan upaya memaksimalkan utility keuangannya yang lebih baik untuk menjaga *sustainability* perusahaan pada persaingan yang ketat. Hal ini merupakan hal baru dan berdsifat inovatif yang dibentuk dari pendekatan perilaku, pendidikan, social budaya dan psikologi

dalam proses pembentukan keputusan pembelian berbasis pada *mental accounting* pada industry DOC. Sehingga penelitian ini mendukung peta jalan PUPT Universitas Esa Unggul untuk meningkatkan kekuatan karakter bangsa melalui *Pembangunan Manusia dan Daya Saing Bangsa*.

1.6. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini berkontribusi dalam perbaikan dan peningkatan kekuatan karakter bangsa melalui *marketing management* dari kegiatan bisnis suatu perusahaan dengan menekankan pada aspek perilaku konsumen untuk pengambilan keputusan pembelian, sehingga dapat memperkuat persaingan yang dihadapi. Proses ini merupakan langkah strategis yang harus dirumuskan dan dilaksanakan oleh perusahaan sebagai bagian dalam suatu negara untuk menjamin ketercapaian keuntungan yang maksimal, sehingga negara memiliki modal yang tangguh dan kuat sebagai daya saing berkompetisi dengan bangsa lain.

1.7. Temuan dan Luaran Penelitian

Temuan penelitian yaitu model pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam rekayasa *sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional.

Temuan dan luaran penelitian antara lain meliputi;

1. Konstruksi model kebijakan pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam rekayasa memaksimalkan/*sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional industry DOC.
2. Kontribusi model kebijakan *mental accounting* dalam mempengaruhi tahapan proses dalam pembentukan keputusan pembelian oleh konsumen.
3. Konstruksi model pedoman dalam proses pembentukan keputusan pembelian dan perilaku keputusan pada industry DOC.
4. Deseminasi hasil penelitian di seminar nasional atau internasional yang diselenggarakan oleh ICEBUSS atau lainnya;
5. Publikasi hasil penelitian dalam Jurnal Nasional terakreditasi/ISSN, yaitu Jurnal Ventura, atau Internasional Journal of Business and Globalization bereputasi SCOPUS atau lainnya.
6. Bahan ajar untuk mata kuliah Manajemen Pemasaran dan Seminar Pemasaran.
7. Mendapatkan HAKI dalam bentuk hak cipta.

8. Teknologi tepat guna berupa pedoman dalam proses pembentukan keputusan pembelian oleh konsumen.

Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi menghasilkan target capaian sebagai berikut :

Tabel 1.3 : Rencana Target Capaian Tahunan (beri tanda V pada kolom yang sesuai)

No	Jenis Luaran				Indikator Capaian		
	Kategori	Sub Kategori	Wajib	Tambahan	TS ¹⁾	TS+1	TS+2
1	Publikasi ilmiah ²⁾	Internasional		V	Submitted	Published	
		Nasional Terakreditasi					
2	Pemakalah dalam temu ilmiah ³⁾	Internasional		V	Terdaftar	Sudah dilaksanakan	
		Nasional					
3	Invited Speaker dalam temu ilmiah ⁴⁾	Internasional			Tidak ada	Tidak ada	
		Nasional			Tidak ada	Tidak ada	
4	Visiting Lecturer ⁵⁾	Internasional			Tidak ada	Tidak ada	
5	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) ⁶⁾	Paten			Tidak ada	Tidak ada	
		Paten Sederhana			Tidak ada	Tidak ada	
		Hak Cipta	V		Terdaftar	Granted	
		Merek dagang			Tidak ada	Tidak ada	
		Rahasia Dagang			Tidak ada	Tidak ada	
		Desain Produk Industri			Tidak ada	Tidak ada	
		Indikasi Geografis			Tidak ada	Tidak ada	
		Perlindungan Varietas Tanaman			Tidak ada	Tidak ada	
6	Teknologi Tepat Guna ⁷⁾	Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu			Tidak ada	Tidak ada	
			V		Produk	Penerapan	
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya Seni/Rekayasa Sosial ⁸⁾		V		Produk	Penerapan	
8	Buku Ajar (ISBN) ⁹⁾			V	Draft	Sudah terbit	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi ¹⁰⁾		V		5	6	

1) TS = Tahun sekarang (tahun pertama penelitian)

2) Isi dengan tidak ada, draf, submitted, reviewed, *accepted*, atau *published*

3) Isi dengan tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

4) Isi dengan tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

5) Isi dengan tidak ada, draf, terdaftar, atau sudah dilaksanakan

6) Isi dengan tidak ada, draf, terdaftar, atau *granted*

7) Isi dengan tidak ada, draf, produk, atau penerapan

8) Isi dengan tidak ada, draf, produk, atau penerapan

9) Isi dengan tidak ada, draf, atau proses *editing*, atau sudah terbit

10) Isi dengan skala 1-9 dengan mengacu pada Lampiran A

BAB II

RENSTRA DAN ROAD MAP PENELITIAN PERGURUAN TINGGI

2.1. Renstra dan Road Map Penelitian Bidang Unggulan

Rencana strategis dan Peta jalan penelitian UEU adalah merupakan proses untuk mencapai masa depan prestasi akademik maupun non akademik yang akan dihasilkan oleh civitas akademik melalui berbagai kegiatan penelitian yang strategis, inovatif, dan agresif sehingga institusi ini sebagai Perguruan Tinggi mampu beradaptasi dan meraih peluang yang ada dalam bidang penelitian dan pengembangan institusi, serta mengantisipasi adanya tantangan lingkungan yang ditandai dengan meningkatnya kompetisi dalam merekrut dan memperebutkan mahasiswa, dosen, staff, pendanaan dan sumber daya lainnya.

Perencanaan tersebut memiliki sasaran strategis yang dikembangkan melalui strategi-strategi yang kreatif berorientasi pada masa yang akan datang, dan jika diimplementasikan memungkinkan institusi ini mampu bersaing secara baik di lingkungan strategis yang dinamis pada masa depan. Prinsip dasar dari perencanaan di atas adalah *adanya kreatifitas dan inovasi dalam mencapai tujuan* serta diperluas dalam inisiatif sasaran strategis. Adapun salah satu Sasaran Strategis Universitas Esa Unggul di bidang penelitian adalah para dosen aktif berkontribusi dalam pengembangan Ipteks dan kesejahteraan umat manusia melalui penelitian.

Berdasarkan Rencana Strategis Universitas tersebut, penelitian merupakan unsur dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang harus dilaksanakan oleh para dosen. Perguruan Tinggi merupakan institusi untuk mendidik, melatih, mengembangkan dan membangun sikap dan kehidupan ilmiah para civitas akademiknya. Di samping itu juga berperan untuk menggali, mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kepentingan, kemajuan dan kesejahteraan bangsa. Terhadap berbagai permasalahan yang timbul, maka Perguruan Tinggi harus dapat menemukan solusi sebagai kontribusi nyata terhadap pengembangan ilmu yang dimiliki. Wujud dari pengembangan kegiatan penelitian dalam ilmu pengetahuan, teknologi, permasalahan social budaya merupakan sikap dan kehidupan ilmiah dari Perguruan Tinggi.

Program Unggulan Penelitian Universitas Esa Unggul sampai tahun 2021 adalah Mewujudkan Hasil Penelitian Berkualitas dan *Sustaineble*. Untuk mewujudkan program penelitian unggulan tersebut, seluruh program-program penelitian diarahkan dalam mengatasi Tujuh Tema Sentral yang menjadi unggulan Universitas Esa Unggul, antara lain pada masalah-masalah :

1. Pengentasan Kemiskinan (*Poverty Alleviation*) dan Ketahanan serta Keamanan Pangan (*Food Safety and Security*)

2. Pemanfaatan Energi Baru dan Terbarukan (*New And Renewable Energy*)
3. Kualitas Kesehatan, Penyakit Tropis, Gizi, dan Obat-Obatan (*Health, Tropical Diseases, Nutrition and Medicine*)
4. Penerapan Pengelolaan Bencana (*Disaster Management*) dan Integrasi Nasional dan Harmoni Sosial (*Nation Integration & Social Harmony*)
5. Implementasi Otonomi Daerah dan Desentralisasi (*Regional Autonomy and Decentralization*)
6. Pengembangan Seni & Budaya/Industri Kreatif (*Arts and Culture/ Creative Industry*) dan Teknologi Informasi serta Komunikasi (*Information and Communication Technology*)
7. Pembangunan Manusia dan Daya Saing Bangsa (*Human Development & Competitiveness*).



Gambar 2.1. Basis Roadmap Penelitian
(Sumber Pedoman Penyusunan RIP-RISTEK DIKTI)

2.2. Luaran Penelitian dan Sinergi Kelompok Penelitian Untuk Menghasilkan Inovasi Yang Ditargetkan.

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan konstruksi model kebijakan pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam rekayasa memaksimalkan/*sustainability* utilitas keuangan di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional industry DOC; serta konstruksi pedoman proses pembentukan keputusan pembelian dan perilaku keputusan pembelian pada industry DOC. Pedoman proses pembentukan keputusan pembelian ini merupakan hal yang baru karena dibentuk dari pendekatan *psikologi, pendidikan, social budaya*, dan *perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian* pada kegiatan bisnis yang menguntungkan.

Mental accounting merupakan tahapan proses pengambilan keputusan pembelian yang tercermin pada perilaku konsumen dalam memaksimalkan utility keuangan, sehingga menjadi masukan yang penting pada tahapan proses pengambilan keputusan pembelian yang sudah ada. Kemudian dengan ditemukan profil perilaku konsumen, model pengambilan/pembentukan keputusan pembelian maka akan dapat dirumuskan strategi pemasaran bisnis yang tepat.

2.3. Pentingnya Riset Yang Diusulkan Dalam Mendukung Capaian Rencana Strategis Penelitian Perguruan Tinggi.

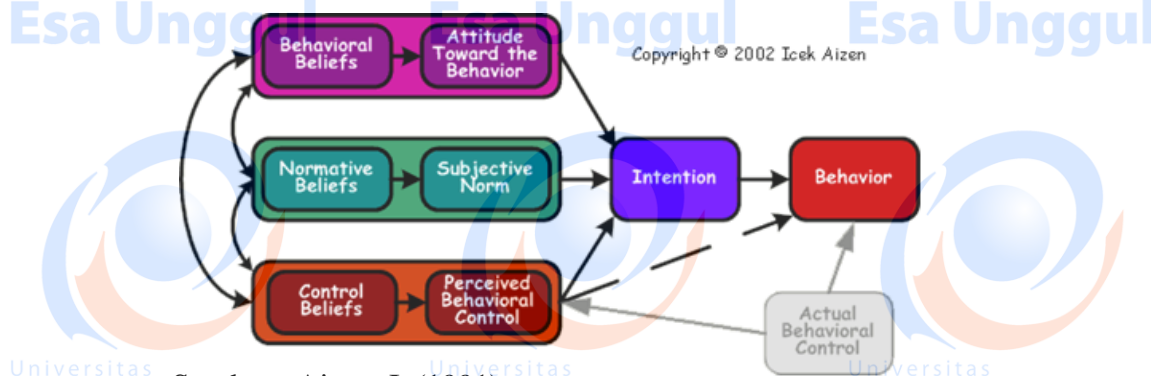
Penelitian *mental accounting* dalam perilaku konsumen pada perspektif pembentukan keputusan pembelian masih belum terdapat kajian teoritis dan empiris secara komprehensif. Perilaku pengambil keputusan tersebut menunjukkan terjadinya dua kemungkinan sikap diantaranya; *pertama*, bahwa barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Kincaid, Judith, 2003); dan *kedua*, bila situasinya atas faktor eksternal yang menyebabkan *losses* maka perilaku yang terjadi menunjukkan bentuk akuntansi mental (*mental accounting*) terhadap utilitas finansialnya. Faktor eksternal yang berpengaruh dominan terhadap proses investasi mendorong perilaku keputusan pasar cenderung melamah. Cheema, Amar; Soman, Dilip (2006). Slivic (1995), menjelaskan bahwa preferensi adalah sebagai pilihan dan pengambilan keputusan yang mempunyai esensi rasional dengan perilaku maksud tertentu.

Jadi penelitian ini mengkaji pentingnya *mental accounting* pada tahapan proses pembentukan keputusan pembelian konsumen dalam proses bisnis yang dirancang melalui manajemen pemasaran, sehingga akan memberikan masukan penyempurnaan tahapan proses pembentukan keputusan pembelian (dari tahap ketiga sebelum masuk tahap keempat/keputusan pembelian). Terbentuknya model pembentukan keputusan pembelian berbasis *mental accounting*, akan teridentifikasi profil perilaku konsumen berdasarkan informasi eksternal dan model pengambilan keputusan pembelian konsumen, sehingga bagi perusahaan DOC mampu merumuskan model strategi pemasaran bisnis yang tepat dan menguntungkan.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler P. dan Keller KV., 2013). Kemudian Ajzen dan Martin Fishbein (dalam Jogiyanto, 2007) dalam teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Anction / TRA*) dalam menentukan tindakan atau berkehendak melibatkan keyakinan (*bilief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan selanjanya adalah perilaku (*behavior*). Jogiyanto (2007), menekankan bahwa teori perilaku focus pada perhatian, yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting, dan kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif. Ajzen menyatakan factor *perceived behavior control* (PBC), toeri ini disebut *Theory of Planned Behavior* (TPB) seperti gambar ini:



Sumber : Ajzen, I. (1991).

Gambar 3.1 : Theory of Planned Behavior

3.2 Pembentukan Keputusan Pembelian

Fandy Tjiptono (2008), menyatakan bahwa pembentukan keputusan akan didahului oleh tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa. Utami, CW (2006), memperinci lebih lanjut bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada dasarnya terdiri dari factor internal meliputi aspek pribadi (misalnya tahapan usia, kondisi keuangan, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), dan aspek psikologis (meliputi motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, serta proses belajar). Sedangkan factor eksternal meliputi keluarga, kelompok acuan, dan budaya.

Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dimulai dari tahap; *pertama*, pengenalan masalah; *kedua*, pencarian informasi; *ketiga*, evaluasi alternative; *keempat*, keputusan pembelian; *kelima*, perilaku purna pembelian (Kotler, P dan Keller, Kl., 2010). Perilaku yang tampak dalam

keputusan pembeliannya adalah terbentuknya mental psikologis (*psychologic accounting*). dalam dua kemungkinan; 1). *minimal accounting* yaitu ditetapkan hasil pilihan menurut konsekuensi yang langsung menyertainya; 2) *inclusive accounting*, yaitu bila hasil keputusan dibingkai dengan memperhitungkan kejadian sebelumnya (Kahneman, D., 2005).

3.3 Akuntansi Mental (*mental accounting*)

Akuntansi mental (*mental accounting*), proses dimana pasar akan melakukan pengkodean, mengkategorikan, dan mengevaluasi hasil finansial terhadap pilihannya (Kottler, P., Keller KL., 2010). *Mental accounting* dalam proses tahapan keputusan pembelian, merupakan langkah strategis yang paling penting sebelum pasar melakukan keputusan pembelian. Semakin besar resiko dan ketidakyakinan yang akan dihadapi oleh pasar, maka pelaksanaan keputusan pembelian akan semakin lemah. *Mental accounting* mempunyai pokok isi individu menentukan tingkat utilitas yang berbeda pada tiap-tiap kelompok asset, yang mana mempengaruhi keputusan konsumsi mereka dan perilaku-perilaku lainnya (Arrozi, MF., 2015).

Perilaku pengambil keputusan di atas menunjukkan terjadinya dua kemungkinan sikap diantaranya; *pertama*, bahwa barang-barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Kincaid, Judith, 2003); dan *kedua*, bila situasinya atas factor eksternal yang menyebabkan *losses* maka perilaku yang terjadi menunjukkan bentuk akuntansi mental (*mental accounting*) terhadap utilitas finansialnya. Faktor eksternal yang berpengaruh dominan terhadap proses investasi mendorong perilaku keputusan pasar cenderung melamahi. Cheema, Amar; Soman, Dilip (2006). Slivic (1995), menjelaskan bahwa preferensi adalah sebagai pilihan dan pengambilan keputusan yang mempunyai esensi rasional dengan perilaku maksud tertentu.

3.4 Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku terjadi mengacu pada persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Kontrol perilaku secara langsung mempengaruhi niat untuk melaksanakan suatu perilaku dan juga mempengaruhi perilaku (Ajzen, 2006). Kontrol perilaku yang dirasakan ditunjukkan dengan tanggapan seseorang terhadap halangan dari dalam atau halangan dari luar sewaktu melakukan perilaku atau tingkah laku. Kontrol perilaku dapat mengukur kemampuan seseorang dalam mendapatkan sesuatu dalam mengambil suatu kegiatan.

3.5 Faktor Internal

Merupakan factor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan; *pertama*, aspek pribadi yaitu adanya suatu perbedaan karena factor pribadi yang berbeda dapat berupa tahapan usia, kondisi keuangan, konsep diri, kepribadian; *kedua*, aspek psikologis yaitu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, dan proses belajar yang dilalui konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

3.6 Faktor Eksternal

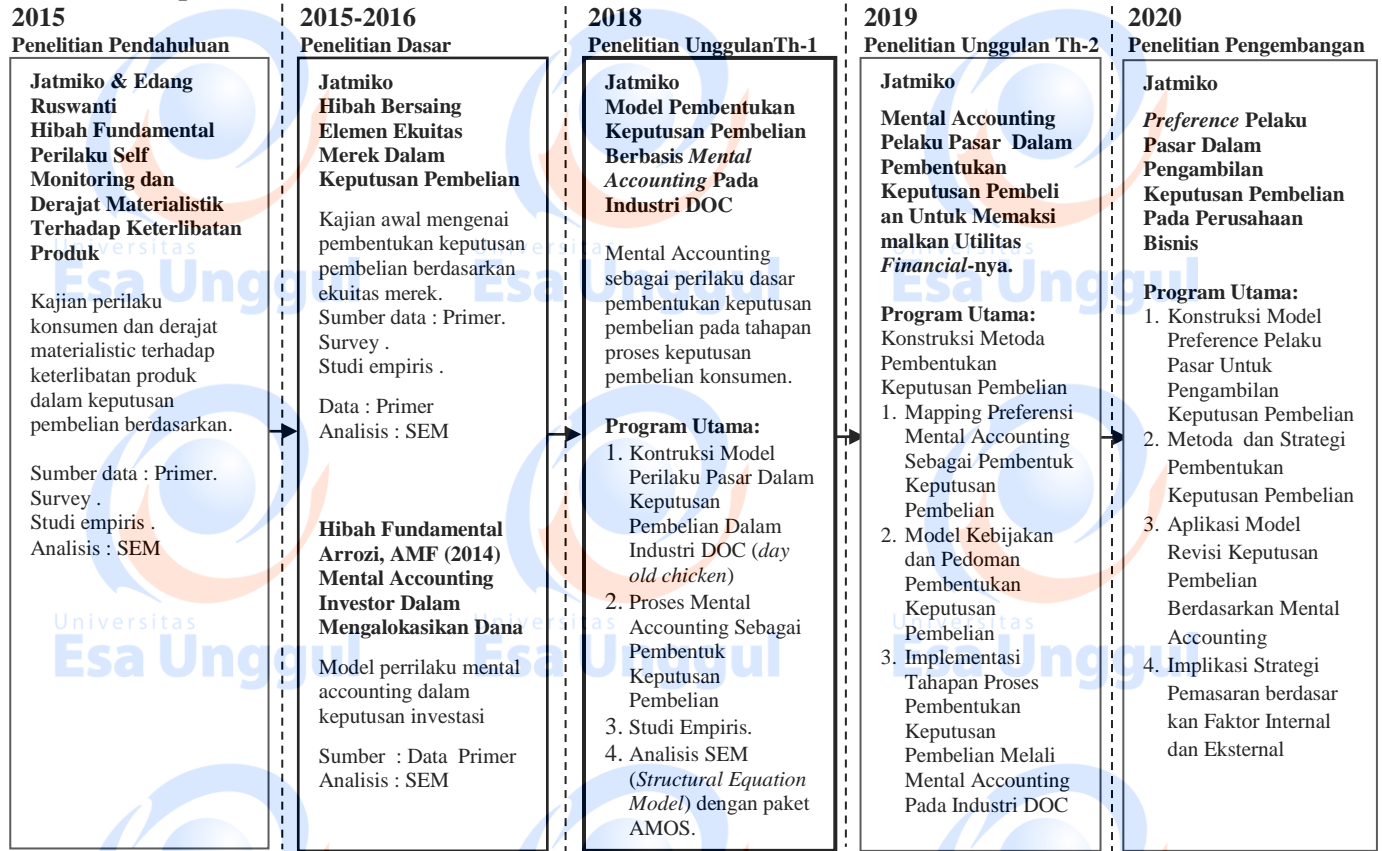
Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan; *pertama*, keluarga yang merupakan factor penting dalam masyarakat misal usia dan status perkawinan; *kedua*, kelompok acuan yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang; *ketiga*, budaya memiliki pengaruh luas terhadap pengambilan keputusan pasar/konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

3.7 Hasil Studi Yang Telah Dicapai

Penelitian-penelitian sebelumnya yang dihasilkan dengan akuntansi mental (*mental accounting*) terhadap keputusan, antara lain :

- a. Hasil studi Arrozi (2014), membuktikan bahwa preferensi *return* yang diinginkan oleh investor berupa deviden dan capital gain. *Return* tersebut didasarkan pada pilihan investor untuk melakukan investasi pada sekuritas yang mempunyai kategori saham unggul, kinerja baik, profitabilitas stabil, dan saham prospektif.
- b. Hasil studi Mahastanti (2012), mental accounting terbentuk dalam pengambilan keputusan pada penggunaan kartu kredit berdasarkan variable demografis, jenis kelamin, dan pendapatan.
- c. Hasil studi Kim, HM (2006), niat beli meningkat ketika arti-penting pembayaran yang lebih kecil lebih besar. Secara khusus integrasi mengarah pada niat beli produk dengan harga include biaya pengiriman yang lebih tinggi dari pada terpisah, karena munculnya biaya tambahan justru mengakibatkan total biaya menjadi lebih tinggi.

3.8 Roadmap Penelitian



Sumber: Data hasil olahan, 2017

Gambar 3.2. : Peta Jalan Penelitian.

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Sangat Setuju (SS)

4.3 Variabel Penelitian

Klasifikasi Variabel, variabel *Independent* dalam penelitian yang dimaksud adalah Faktor Internal (X_1), Faktor Eksternal (X_2), dan Kontrol Perilaku (X_3). Adapun *variable Dependent* pada penelitian ini berupa Keputusan Pembelian (Y) investasi DOC sebagai bahan ternak ayam pedaging. Sedangkan *variable Intervening* adalah *Mental Accounting* (Z) sebagai pembentuk perilaku keputusan pembelian pada industry DOC sebagai bibit ayam pedaging.

Difinisi Operasional Variabel, difinisi operasional variable adalah sebagaiberikut :

a. Faktor Internal (X_1)

Merupakan factor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan; *pertama*, aspek pribadi yaitu adanya suatu perbedaan karena factor pribadi yang berbeda dapat berupa tahapan usia, kondisi keuangan, konsep diri, kepribadian; *kedua*, aspek psikologis yaitu faktro yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, dan proses belajar yang dilalui konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

b. Faktor Eksternal (X_2)

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan; *pertama*, keluarga yang merupakan factor penting dalam masyarakat missal usia dan status perkawinan; *kedua*, kelompok acuan yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang; *ketiga*, budaya memiliki pengaruh luas terhadap pengambilan keputusan pasar/konsumen(Christina Whidya Utami, 2006).

c. Kontrol Perilaku (X_3)

Yaitu perilaku yang terjadi mengacu pada persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005), atau kontrol perilaku menunjuk kepada sejauh mana seseorang merasa bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu berada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Dimensi meliputi *bilief, attitude, intention, behavior*.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Yaitu suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Christina Whidya Utami, 2006). Dimensinya meliputi *initiator, influencer, decider, buyer, user* (Kotler, P., Keller, KL., 2010).

e. Mental Accounting (Z)

Yaitu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu atau kelompok dalam mengkode, membuat kategori, mengevaluasi aktivitas financial dalam memaksimalkan utilitasnya (Thaler, RH., 1985). Dimensinya meliputi mengkode, membuat kategori, evaluasi financial.

4.4 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan pada industry Peternak Ayam Pegaging yang menggunakan DOC (*day old chicken*) sebagai bibit atau anakan ayam untuk dibesarkan menjadi ayam pedaging di Jakarta pada konsumsi tahun 2010 sampai dengan tahun 2015.

4.5 Sumber Data

Berdasarkan proses penelitian, data sekunder dikumpulkan dari annual report perusahaan, dan kuisisioner dari perusahaan pengguna DOC (*day old chicken*) yang dikembangkan menjadi ayam pedaging pada periode tahun 2010 s/d 2015 di Jakarta. Sedangkan data primer dikumpulkan berdasarkan studi lapangan melalui kuisisioner yang diisi oleh responden yang telah ditetapkan, yaitu para peternak ayam potong sebagai pedaging yang menggunakan DOC sebagai bibit untuk dibesarkan.

4.6 Prosedur Pengumpulan Data

Cara atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara antara lain :

1. Metode Survey Kepustakaan, metode ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan teori dari referensi/buku, jurnal hasil riset, dan lainnya.
2. Metode Wawancara, metode ini dilakukan untuk mendapatkan data dari perusahaan pengguna DOC sebagai proses investasi dalam memaksimalkan *utility financial*-nya.
3. Kuisisioner, metode ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dari responden, yaitu perusahaan pengguna DOC (peternak ayam pedaging).

4.7 Teknik Analisa Data

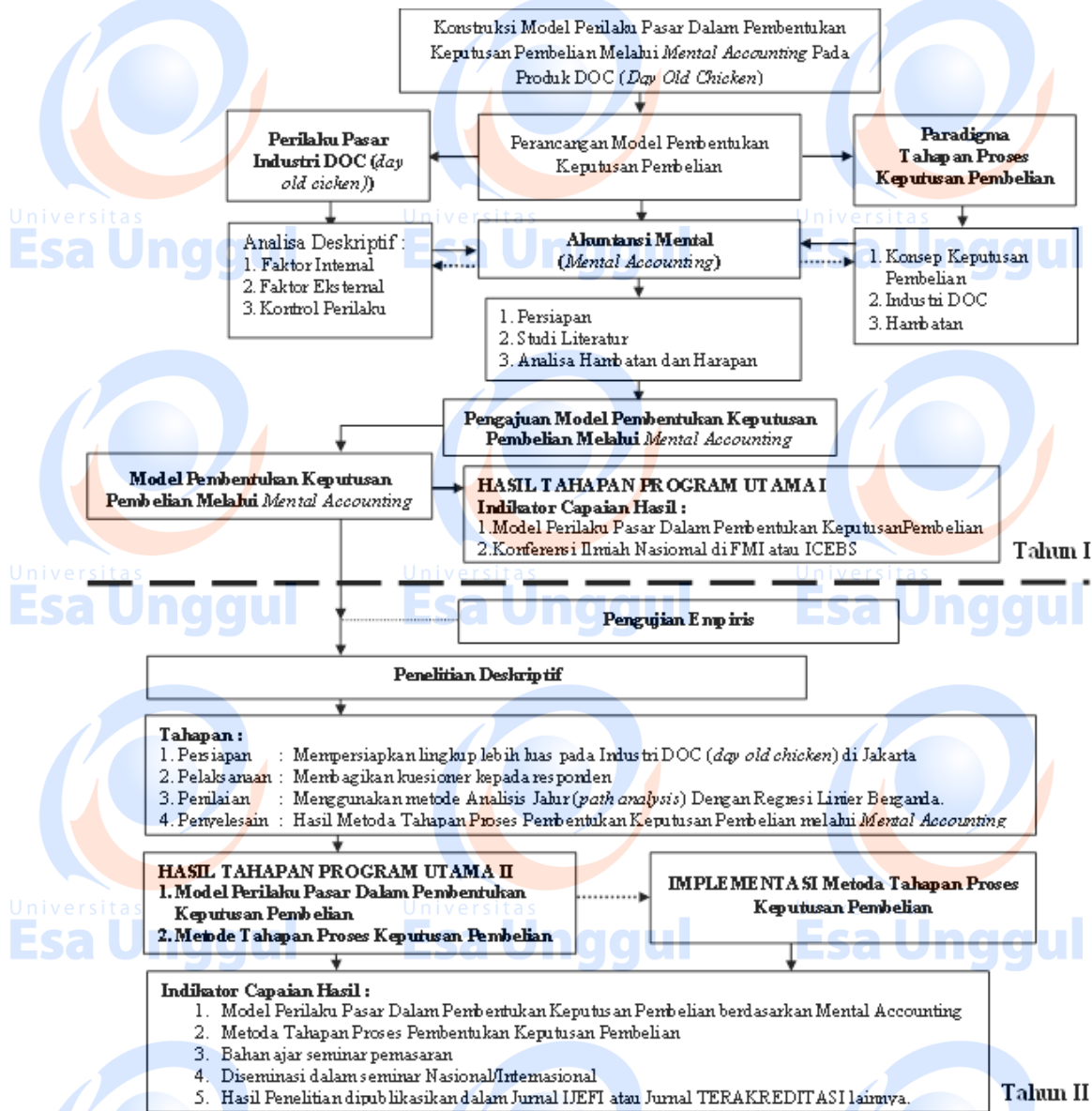
1. Deskriptif statistic, bertujuan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan sesuatu, baik sebuah karakteristik maupun fungsi.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas, bertujuan untuk menguji kualitas data primer berdasarkan validitas instrument kuisisioner yang dibuat, sedangkan reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrument terhadap indicator variable.

Uji Hipotesis, dalam penelitian ini menggunakan *SEM (Structural Equation Model)* melalui *AMOS* dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Mental Accounting* sebagai penentu dalam tahapan proses pembentukan keputusan pembelian pada pembentukan keputusan pembelian. Model pengujian

yang digunakan adalah persamaan SEM SEM sehingga diperoleh indikator model *fit* yang memenuhi kriteria model yang baik, yaitu : a).*Degree of Freedom* (DF) nilainya harus positif; b).Non signifikan *Chi-Square* harus diatas nilai yang disyaratkan ($p=0,05$) dan diatas batas konservatif yang diterima ($p=0,10$); c).Nilai *incremental fit* diatas 0,90 yaitu untuk GFI, TLI, dan NFI; d).Nilai RMR dan RMSEA yang terendah.

4.8 Diagram Alir dan Fishbone Penelitian Tahun 1 dan Tahun 2

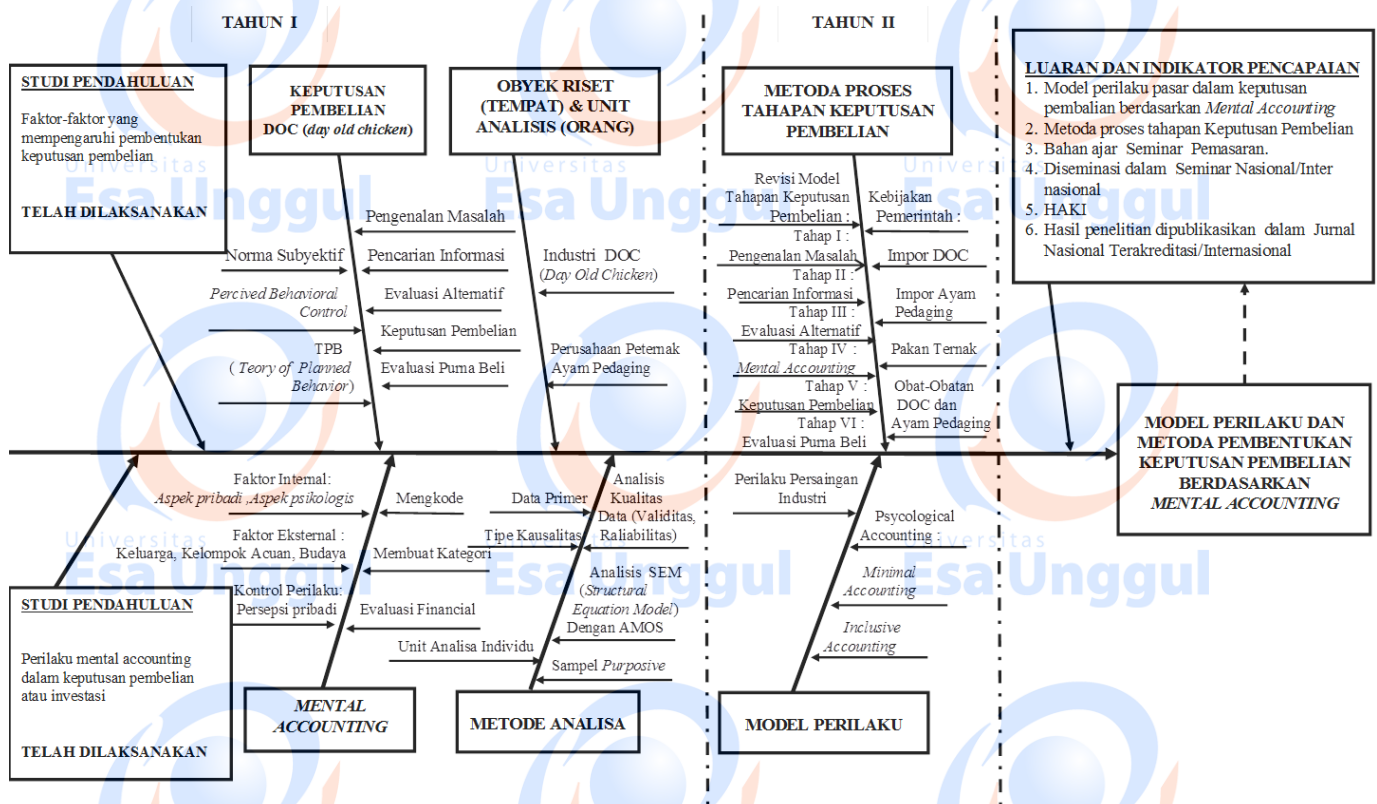
1. Diagram Alir Penelitian, meliputi tahapan penelitian tahun1 dan tahun 2, dapat dilihat dalam Gambar 3.1 berikut ini :



Sumber : Data hasil olahan, 2017.

Gambar 4.1. : Diagram Alir Penelitian Tahun 1 dan 2.

2. Fishbone Penelitian, meliputi tahapan penelitian yang akan dilaksanakan tahun 1 dan 2 dapat dilihat :



Sumber : Data hasil olahan, 2016.

Gambar 4.2. : Diagram Fishbone Penelitian Tahun 1 dan 2.

4.9 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan teori dan studi empiric yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H₁ : Diduga Faktor Internal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₂ : Diduga Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₃ : Diduga Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₄ : Diduga *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₅ : Diduga Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₆ : Diduga Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₇ : Diduga Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₈ : Diduga *Mental Accounting* berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian

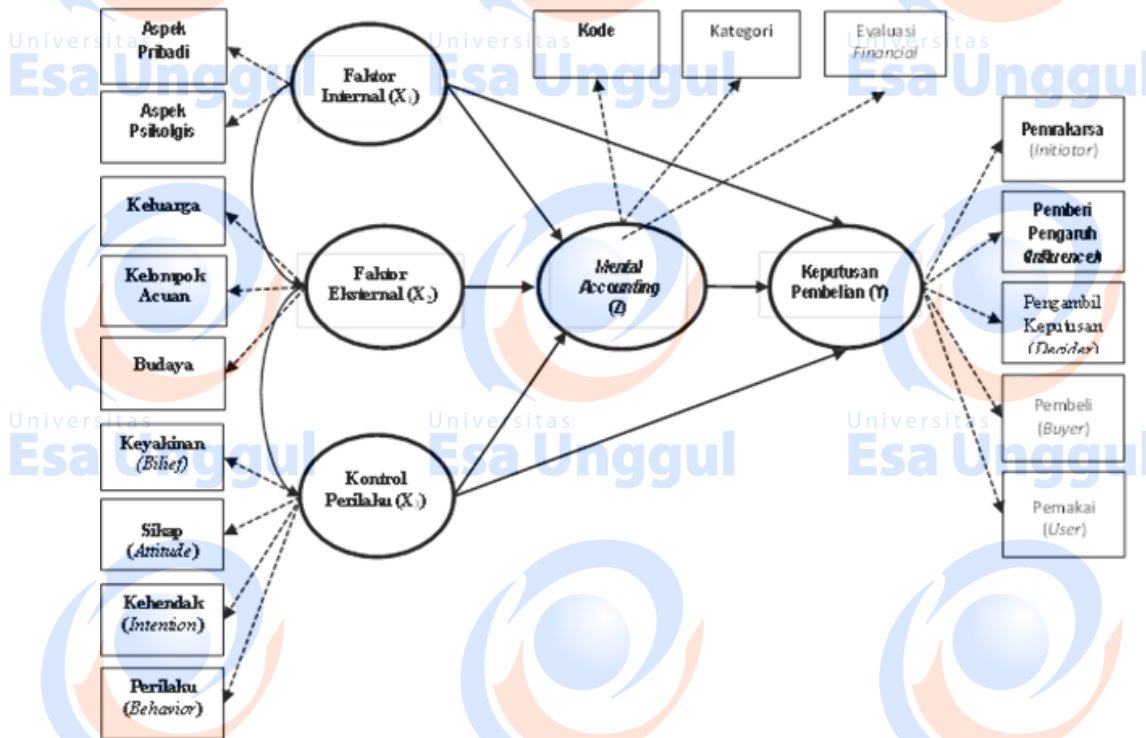
H₉ : Diduga Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.

Sedangkan pengujian hipotesis tersebut di atas menggunakan alat ukur sebagai berikut :

Uji Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui AMOS, pengujian ini digunakan untuk membuktikan apakah variable *Mental Accounting* merupakan variable intervening.

4.10 Model Faktor Determinan Perilaku Pasar Dalam Pembentukan Keputusan Pembelian Melalui *Mental Accounting*

Model penelitian yang diajukan dalam rangka menguji Metoda Tahapan Proses Pembentukan Keputusan Pembelian melalui *mental accounting* adalah sebagai berikut :



Gambar 4.3 : Model Faktor Determinan Penelitian

BAB V HASIL YANG DICAPAI

5.1 Uji Instrumen.

Uji instrument penelitian (kuesioner) yang dipakai untuk menarik data primer kepada responden memiliki validitas dan reliabilitas, dan tingkat normalitas yang konsisten. Berikut ini dapat dilihat hasil pengujian yang dilakukan :

5.1.1. Uji Validitas.

Uji validitas terhadap kuesioner dilakukan untuk melihat apakah instrument yang akan dipakai valid untuk memperoleh data primer dari responden. Pengujian secara statistic dikatakan valid bila $\text{sig } r < 0.05$, dan tidak valid bila nilai $\text{sig } r > 0.05$. Dapat juga dilihat dengan melihat r hitung terhadap r tabel, bila r hitung $> r$ tabel (0.361) dikatakan valid, dan bila r hitung $< r$ tabel (0.361) dikatakan tidak valid. Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap setiap kuesioner memiliki nilai r hitung diatas 0.361 hal ini menunjukkan bahwa kuesioner valid dan dapat digunakan untuk menarik data yang dapat menggambarkan masalah sesungguhnya dari responden yang telah ditetapkan sesuai kriteria.

5.1.2. Uji Reliabilitas.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrument penelitian diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,827 dari N 38 item, ini menunjukkan bahwa instrument dari setiap variable memiliki konsistensi atau keandalan yang dapat dipercaya. Ketentuannya bila instrument dikatakan tidak reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,6. Berikut ini hasil pengujian secara statistic :

Tabel 5.1 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,827	38

Sumber : Data diolah, 2018

5.2. Pengolahan Data dan Pembahasan.

Hasil analisa melalui SEM dengan AMOS seperti dalam tabel 5.2 dari 276 responden menunjukkan hasil bahwa Faktor Eksternal yang meliputi unsur keluarga, acuan dan budaya memiliki

P-value 0.106, nilai ini lebih besar dari 0.05. Berarti bahwa factor eksternal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara langsung. Keterlibatan Faktor Eksternal dalam keputusan pembelian harus melalui *Mental Accounting*, terlihat dari hasil pengujian memiliki *P-value* signifikan sebesar 0.037. Faktor eksternal memiliki dampak iklim investasi DOC cukup tinggi karena dipengaruhi oleh biaya operasional yang sangat tinggi, misalnya ketersediaan obat-obatan dan pakan ayam yang sangat fluktuatif harganya. Dengan manajemen yang terkendali pada dasarnya asal tidak muncul import daging ayam dari luar pada dasarnya peternak pada saat panen masih margin walaupun sangat tipis. Akan tetapi situasi ini akan rusak mana kala tiba-tiba ada keputusan impor daging ayam dari luar. Beban yang cukup berat yang ditanggung oleh investor sekalipun iklim industrinya tidak kondusif karena factor eksternal adalah biaya operasional yang cukup tinggi, namun jika situasinya sangat kondusif maka margin yang dapat diraih oleh investor sangat tinggi karena tingkat kebutuhan ayam potong di pasar semakin meningkat. Untuk itu maka investor pada saat melakukan proses keputusan pembelian selalu mempertimbangkan factor *Mental Accounting* dalam upaya memaksimalkan produktifitas *financialnya*. Situasi ini diperkuat oleh bahwa hasil analisis yang menunjukkan bahwa *Mental Accounting* memiliki nilai *P-value* paling dominan secara langsung maupun tidak langsung dari Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.00.

Faktor Internal yang meliputi Aspek Pribadi dan Psikologi memiliki pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun melalui *Mental Accounting* dengan nilai *P-value* sebesar 0.00. Hal ini terjadi dikarenakan dorongan dalam diri investor terhadap upaya meningkatkan produktivitas investasinya yang sudah belanjakan berupa asset yang cukup besar dalam bentuk usaha peternakan ayam potong. Hal ini menunjukkan apabila factor internal meliputi Aspek Psikologi dan Aspek Pribadi ditingkatkan kenyakinannya maka keputusan pembelian *customer* akan turut meningkat. Peningkatan keputusan pembelian akan semakin intensif apabila informasi tentang *Mental Accounting* dapat memastikan bahwa tingkat resiko terhadap penurunan nilai investasinya terhadap DOC semakin kecil yang dapat dilihat dari analisis Faktor Eksternal. Adapaun efektifitas keputusan pembeliaannya akan berlangsung sesuai dengan tingkat resiko yang diperoleh dari analisis Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.

Aspek Kontrol Perilaku yang terjadi pada investor DOC pada dasarnya sama seperti factor internal yaitu memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung. Dilihat dari hasil analisis pengaruh langsungnya dari Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai lebih dominan bila dibandingkan dengan pengaruh tidak

langsung (melalui *mental accounting*). Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya aspek Kontrol Perilaku memiliki kecenderungan agak mengabaikan aspek *mental accounting* bila situasi investasinya yang dipengaruhi oleh Aspek Eksternal cukup mendukung iklim investasi yang kondusif terhadap industry DOC. Namun apabila aspek/factor Eksternal memicu kondisi investasi berfluktuatif bahkan memiliki tingkat resiko yang tinggi, maka keputusan pembelian investor DOC akan berlangsung melalui *Mental Accounting*.

Tabel 5.2. : Regression Weights P Value dari Signifikasi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.

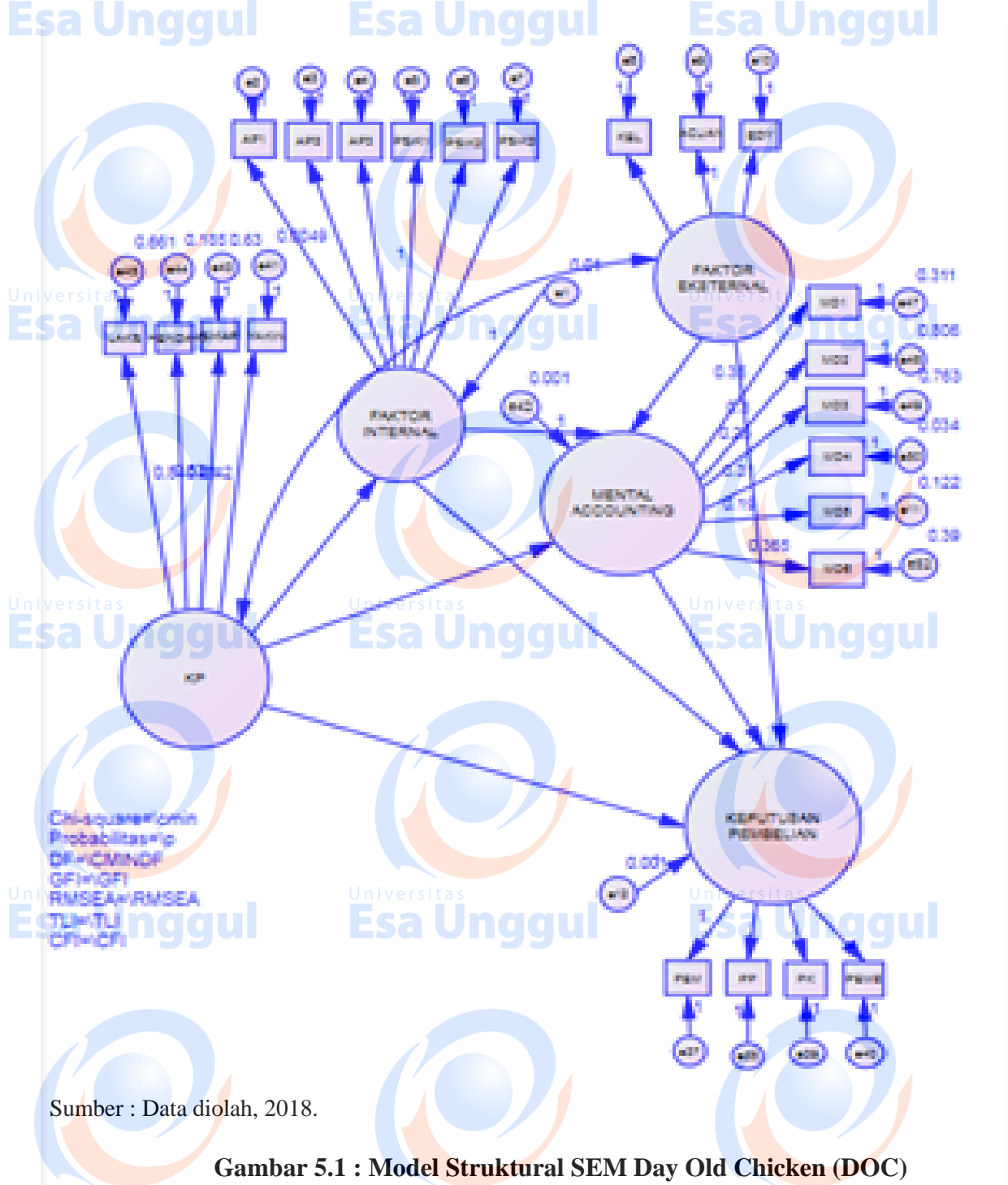
Number of distinct sample moments: 276
 Number of distinct parameters to be estimated: 34
 Degrees of freedom (276 - 34): 242

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
FAKTOR_INTERNAL	<---	KP	1.535	.248	6.194	***	par_18
MENTAL_ACCOUNTING	<---	FAKTOR_EKSTERNAL	.586	.282	2.083	.037	par_1
MENTAL_ACCOUNTING	<---	FAKTOR_INTERNAL	-3.412	.709	-4.810	***	par_13
MENTAL_ACCOUNTING	<---	KP	7.062	1.476	4.785	***	par_17
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<---	MENTAL_ACCOUNTING	-4.689	2.100	-2.233	.026	par_9
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<---	FAKTOR_EKSTERNAL	3.049	1.887	1.616	.106	par_14
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<---	FAKTOR_INTERNAL	-17.013	8.079	-2.106	.035	par_15
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<---	KP	35.712	16.826	2.122	.034	par_16
HENDAK	<---	KP	.210				
LAKS	<---	KP	.840				
SIKAP	<---	KP	.830				
YAKIN	<---	KP	.420				
KEL	<---	FAKTOR_EKSTERNAL	.561	.274	2.049	.040	par_2
MD3	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.230				
MD4	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.310				
MD2	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.300				
MD1	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.350				
MD5	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.190				
MD6	<---	MENTAL_ACCOUNTING	.365				
PSIK3	<---	FAKTOR_INTERNAL	1.034	.197	5.242	***	par_3
PSIK2	<---	FAKTOR_INTERNAL	.720	.177	4.072	***	par_4
PSIK1	<---	FAKTOR_INTERNAL	1.000				
AP3	<---	FAKTOR_INTERNAL	.585	.179	3.266	.001	par_5
AP2	<---	FAKTOR_INTERNAL	.990	.256	3.868	***	par_6
AP1	<---	FAKTOR_INTERNAL	.915	.240	3.811	***	par_7
PEMB	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.098	.283	3.886	***	par_10
PK	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	.694	.264	2.628	.009	par_11
PEM	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.000				
PP	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.036	.297	3.490	***	par_12
BDY	<---	FAKTOR_EKSTERNAL	1.583	.729	2.171	.030	par_19
ACUAN	<---	FAKTOR_EKSTERNAL	1.000				

Sumber : Data diolah, 2018

5.3 Model Struktural SEM.

Setelah dilakukan pengujian terhadap data yang diperoleh dengan SEM melalui AMOS diperoleh model structural SEM seperti pada gambar 4.1. Model structural SEM berikut ini memperjelas mental accounting sebagai variable intervening dari factor eksternal terhadap keputusan pembelian, sejalan dengan hasil tersebut maka memastikan terjadinya perkembangan tahapan keputusan pembelian dari 5 tahapan menjadi 6 tahapan. Informasi ini menjadi sangat penting bagi industry DOC untuk merumuskan strategi pemasaran, sehingga tetap tumbuh dan berkembang serta competitive dalam pasar yang memiliki demand tinggi baik di dalam maupun luar negeri.



Sumber : Data diolah, 2018.

Gambar 5.1 : Model Struktural SEM Day Old Chicken (DOC)

5.4 Pembahasan Model Struktural SEM DOC.

Faktor Eksternal, keterlibatan dalam keputusan pembelian melalui *Mental Accounting*, terlihat dari hasil pengujian memiliki *P-value* signifikan sebesar 0.037. Faktor eksternal memiliki pengaruh terhadap iklim investasi DOC yang bersifat melemahkan, karena industry konsumen DOC yaitu peternak ayam pedaging dipengaruhi oleh biaya operasional yang sangat tinggi bersumber dari ketersediaan obat-obatan dan pakan ayam yang sangat fluktuatif harganya. Dengan manajemen terkendali pada dasarnya peternak ayam pedaging pada saat panen masih memiliki margin walaupun sangat tipis asal tidak muncul import daging ayam dari luar yang berdampak pada over suplay. Akan tetapi situasi ini akan melemah apa bila tiba-tiba ada keputusan impor daging ayam dari luar yang tidak memperhatikan keseimbangan penawaran dan permintaan. Beban yang cukup berat harus ditanggung oleh investor peternak ayam pedaging terhadap iklim industrinya yang tidak kondusif karena factor eksternal tersebut yang menimbulkan biaya operasional yang cukup tinggi. Namun jika sistuasinya sangat kondusif maka margin yang dapat diraih oleh investor sangat tinggi karena tingkat kebutuhan ayam pedaging di pasar semakin meningkat. Untuk itu maka investor konsumen DOC pada saat melakukan proses keputusan pembelian selalu mempertimbangkan factor *Mental Accounting* dalam upaya memaksimalkan produktifitas *financialnya*. Situasi ini diperkuat oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa *Mental Accounting* memiliki nilai *P-value* paling dominan baik secara langsung maupun tidak langsung pengaruhnya dari Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian yaitu sebesar 0.00.

Faktor Internal, meliputi Aspek Pribadi dan Psikologi memiliki pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun melalui *Mental Accounting* dengan nilai *P-value* sebesar 0.00. Hal ini terjadi dikarenakan dorongan dalam diri konsumen DOC terhadap upaya meningkatkan produktivitas investasinya yang sudah membelanjakan berupa asset yang cukup besar dalam bentuk usaha peternakan ayam pedaging. Hal ini menunjukkan apabila factor internal meliputi Aspek Psikologi dan Aspek Pribadi ditingkatkan kenyakinannya maka keputusan pembelian DOC oleh *customer* akan turut meningkat. Peningkatan keputusan pembelian akan semakin intensif apabila informasi tentang *Mental Accounting* dapat memastikan bahwa tingkat resiko terhadap penurunan nilai investasinya terhadap DOC semakin kecil yang dapat dilihat dari analisis Faktor Eksternal. Adapaun efektifitas keputusan pembeliaannya akan berlangsung sesuai dengan tingkat resiko yang diperoleh dari analisis Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.

Kontrol Perilaku, yang terjadi pada konsumen DOC pada dasarnya sama seperti factor internal yaitu memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung. Dilihat dari hasil analisis pengaruh langsungnya dari Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai lebih dominan bila dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung (melalui *mental accounting*). Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya aspek Kontrol Perilaku memiliki kecenderungan agak mengabaikan aspek *mental accounting* bila situasi investasinya yang dipengaruhi oleh Aspek Eksternal cukup mendukung iklim investasi yang kondusif terhadap industry Ayam pedaging. Namun apabila aspek/factor Eksternal memicu kondisi investasi berfluktuatif bahkan memiliki tingkat resiko yang tinggi, maka keputusan pembelian DOC oleh konsumennya akan berlangsung melalui *Mental Accounting*.

Mental Accounting, dalam pengujian ini menunjukkan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Bila dilihat dari pengujian factor internal, factor eksternal, dan control perilaku terhadap keputusan pembelian, maka factor eksternal yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian melalui *mental accounting*, sedangkan factor internal dan control perilaku memiliki pengaruh langsung lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan melalui *mental accounting*. *Mental accounting* memiliki peran pengaruh yang besar dari factor eksternal terhadap keputusan pembelian,

pada dasarnya menunjukkan suatu konflik peran yang dihadapi oleh konsumen *Day Old Chicken* antara sebagai entrepreneurship dan juga sebagai manager. Sebagai manager peran utamanya adalah untuk memaksimalkan *sustainability* utilitas *return financial* yang diinvestasikan, namun jika situasi eksternal industrinya tidak menunjukkan bisnis yang menguntungkan maka konsumen *Day Old Chicken* cenderung membatasi atau bahkan menunda investasinya. Situasi eksternal industri yang dimaksud adalah factor-faktor diluar perusahaan yang mempengaruhi bisnis ayam pedaging sebagai konsumen *Day Old Chicken*, yang meliputi unsur keluarga dan budaya. Unsur keluarga terutama dari sisi usia, dimana semakin tinggi uasinya pengambil keputusan menunjukkan tingkat kematangan dan berhati-hati dalam mengambil keputusan. Sedangkan dari unsur budaya sepanjang pengaruh factor eksternal memberikan pengalaman yang tidak menguntungkan, maka perilaku pengambil keputusan akan selalu mencermati rangakain factor eksternal dalam menetapkan keputusan pembelian. Faktor-faktor eksternal yang membentuk perilaku pengambil keputusan pembelian *Day Old Chicken* yang selalu melibatkan *mental accounting* dari unsur keluarga dan budaya terutama konspirasi kepentingan pejabat pemerintah yang tiba-tiba mengizinkan pihak lain menginpor daging ayam dan *Day Old Chicken* dalam jumlah yang tidak mempertimbangkan kapasitas produksi dalam negeri sehingga terjadi *over suplay*.

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul



Universitas
Esa Unggul

BAB VI.

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

6.1 Tujuan khusus

Dengan terbentuknya *mental accounting* sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian pada industry DOC oleh para peternak ayam potong, agar para perusahaan penyedia DOC dapat survive, tujuan penelitian ini adalah :

1. **Konstruksi model proses tahapan keputusan pembelian** pada industry DOC (day old chicken) di Jakarta, sehingga dapat digunakan dalam mengembangkan aplikasi strategi yang sesuai untuk mendorong keputusan pembelian pada industry DOC;
2. **Konstruksi model kebijakan** dalam memaksimalkan utilitas keuangan pada industry DOC;
3. **Konstruksi model pedoman** dalam proses keputusan pembelian dan perilaku keputusan pada industry DOC;
4. Deseminasi hasil penelitian di Seminar Nasional melalui FMI atau seminar internasional ICEBUSS lainnya;
5. Publikasi hasil penelitian pada Internasional Journal of Business and Globalization bereputasi SCOPUS atau IJEFI;
6. Bahan ajar pada mata kuliah Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen;
7. HAKI.
8. **Menghasilkan Studi Kelayakan**, yang siap diimplementasikan oleh Calon Mitra Pengguna Pada Industri DOC

6.2 Analisis Data.

Kegiatan yang dilakukan adalah menganalisis data dari hasil olahan secara statistic dengan metoda yang telah ditetapkan yaitu menggunakan SEM melalui AMOS.

6.3 Pembahasan.

Melakukan pembahasan pada hasil analisis terhadap kecenderungan kejadian yang digambarkan dari hasil analisis dalam perspektif; 1).Konsep Proses Tahapan Keputusan Pembelian; 2).Kebijakan dalam memaksimalkan utilitas keuangan pada industry DOC; 3).Pedoman dalam proses keputusan pembelian dan perilaku keputusan pada industry DOC yang dimediasi oleh *Mental Accounting* sebagai variable intervening dari Faktor Eksternal. Bagaimana bentuk perilaku investor dalam keputusan pembeliannya bila factor eksternal tidak mendukung implementasi program investasinya.

6.4 Kesimpulan dan saran Penelitian Tahap 2 (Tahun Ke-2)

Menampilkan pembuktian-pembuktian terhadap hasil analisis dan pembahasan dalam bentuk **Studi Kelayakan** meliputi **Kebijakan dan Pedoman** berdasarkan model yang diperoleh pada tahun ke-1, yaitu *Mental Accounting* sebagai variable intervening Faktor Eksternal, terhadap Keputusan Pembelian, yang diperkuat oleh Faktor Internal, dan Kontrol Perilaku pada industry

DOC.

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul



BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan.

1. Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap *Mental Accounting*, artinya sekalipun secara pribadi dan psikologis investor ingin melakukan keputusan pembelian (investasi DOC) namun jika *Mental Accounting* berdasarkan analisa financialnya tidak menguntungkan maka investor DOC akan menunda investasinya.
2. Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*, artinya jika factor eksternal sangat kondusif terhadap investasi DOC dan didukung kemampuan financial yang cukup maka investor DOC akan melakukan investasi.
3. Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*, artinya semakin tinggi keyakinan dan kehendak yang didukung dengan hasil analisis keuangan (*mental accounting*) yang menunjang maka investor DOC akan melakukan investasi.
4. *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya bahwa jika hasil analisis mental akuntansi menunjukkan peningkatan utilitas financialnya di masa yang akan datang maka investor DOC akan melakukan keputusan pembelian, dan jika hasil analisisnya sebaliknya maka investor DOC akan menunda keputusan pembelian.
5. Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya bahwa bila semakin kuat pengaruh aspek pribadi dan aspek psikologis dalam analisis factor internal maka keputusan pembelian akan meningkat.
6. Faktor Eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, artinya apabila factor keuangan investor tidak menjadi ukuran tercapainya atau peningkatan utilitas financialnya maka investor tetap melakukan investasi DOC.
7. Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin tinggi keyakinan investor terhadap utilitas financialnya maka akan memperkuat sikap dan kehendak investor DOC untuk melakukan investasi DOC.
8. Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*, artinya bila situasi factor eksternal tidak menentu dikerenakan naik turunnya harga-harga pakan ayam, obat-obatan ayam, dan imfort daging ayam melampaui batasan suplai dalam negeri maka investor tidak akan melakukan pembelian DOC.

9. *Mental Accounting* merupakan aspek/factor yang paling dominan terhadap pengaruh keputusan pembelian, artinya bahwa investor peternak ayam jika dihadapkan pada situasi Faktor Eksternal yang mengindikasikan peningkatan utilitas finacialnya sekalipun Faktor Internal dan Kontrol Perilaku mendesak untuk membeli DOC, maka pada akhirnya investor peternak ayam potong akan menunda keputusan pembelian DOC untuk dibesarkan menjadi ayam potong.

10 Novelty penelitian memperbaiki Tahapan Proses Keputusan Pembelian dari 5 tahap menjadi 6 tahap. Terkoreksi pada tahap sebelum tahap Ke-4 terdapat *Mental Accounting*. Jadi Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dari 5 menjadi 6 tahap; *Pertama*, Pengenalan Masalah; *Kedua*, Pencarian Informasi; *Ketiga*, Evaluasi Alternative; *Keempat*, *Mental Accounting*; *Kelima*, Keputusan Pembelian; *Keenam*, Perilaku Purna Pembelian.

7.2 Saran.

1. Karena terbukti bahwa *Mental Accounting* sebagai factor intervening dari pengaruh Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian DOC, maka bagi investor DOC agar tidak terlalu over supali maka pada saat mau memproduksi DOC harus selalu menganalisis perkembangan factor eksternal terutama naik turunnya atau kestabilan harga dan ketersediaan pakan ayam, obat-obatan ayam, dan kebijakan impor daging ayam dari luar. Jika hal tersebut tidak menentu maka perlu dibatasi produksi DOC.

2. Mengingat bahwa *Mental Accounting* merupakan factor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian, maka sekuat apun doronga investasi investor peternak ayam potong dari unsur Faktor Internal dan Kontrol Perilaku, maka investor DOC harus tetap selektif dalam menentukan kapasitas produksi DOC-nya. Sehingga tidak menyebabkan kerugian yang besar dan tentunya dapat dihindari lemahnya penyerapan DOC oleh investor peternak ayam potong.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek dan Fishbein, Martin (2005) Theory-based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology* Vol. 10, No. 1, 27–31
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.
- Arrozi Adhikara, MF., 2014. *Model Perilaku Mental Accounting pada Investor Individu Bursa Efek Indonesia*. <http://www.esaunggul.ac.id/article/mental-accounting-investor-di-bursa-efek-indonesia/>, Jakarta.
- Cheema, Amar; Soman, Dilip (2006-01-01). "*Malleable Mental Accounting: The Effect of Flexibility on the Justification of Attractive Spending and Consumption Decisions*". *Journal of Consumer Psychology* **16** (1): 33–44. doi:10.1207/s15327663jcp1601_6
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. McGraw-Hill, Inc. Inggris, Bab 5.
- Hartono, 2013. Ratusan Peternak Unggas Mendatangi Kementerian Pertanian. Kompas.com, Jakarta.
- Kim, HM., 2006. *The effect of salience on mental accounting: how integration versus segregation of payment influences purchase decisions*. *Journal of Behavioral Decision Making*, Volume 19, Issue 4, pages 381-391, October 2006, John Wiley & Son, Ltd
- Kincaid, Judith. 2003. *Customer Relationship Management: Getting it Right*. Prentice-Hall, Inc. Inggris, Page 298.
- Kotler, P., Keller K.L., 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kahneman, D., & Thaler R.H. (2006). Anomalies: Utility maximization and experienced utility. *Journal of Economic Perspectives*, 20, 221-234.
- Mahastanti, LA., 2012. *Mental Accounting dan Variabel Demografi : Sebuah Fenomena Pada Penggunaan Kartu Kredit*. *Kinerja-Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Terakreditasi SK No.68a/DIKTI/Kep/2010, Volume 16 No.2 September 2012, ISSN 0853-6627, Yogyakarta.
- Olson, Jerry and Paul Peter. 2008. *Consumer Behavior & Marketing Strategy, 7th edition*. New York: McGraw Hill.
- Slovic, Paul, 1995, The Construction of Preference, *Journal American Psychologist*, pp.364-371
- Scott, William R., 2011. *Financial Accounting Theory*, 6th ed, Toronto Pearson Education Canada Inc.
- Sciffman, Leon., and Leslie Lazar Kanuk (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Safaria, T., 2004. *Terafi Kognitif*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Thaler, Richard H., 1985, Mental Accounting and Consumer Choice, *Marketing Science* 4, pp. 199-214.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Staregi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya, 2006. *Manajemen Riset Strategi dan Implementasi Riset Moderen*. Salemba Empat, Jakarta.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. : Justifikasi Anggaran Penelitian

1 Honorarium						
Honor	Honor/Jam (Rp)	Waktu (Jam/Minggu)	Minggu	Honor per Tahun (Rp)		
				Tahun ke-1	Tahun ke-2	Tahun ke-n
a Ketua Tim :						
Ir. Jatmiko, MM	80,000	10	9	7,200,000	7,200,000	
b Anggota ke-1 :						
Ari Anggarani WPT, SE, MM	70,000	10	9	6,300,000	6,300,000	
c Anggota ke-2 :						
Dr. Sudarwan	70,000	10	9	6,300,000	6,300,000	
Subtotal (Rp)				19,800,000	19,800,000	
2 Pembelian Bahan Habis Pakai						
Material						
a DVD	Laporan	2 pak	150,000	1,200,000	1,200,000	
b Kertas A4	Laporan	8 rim	50,000	100,000	100,000	
c Transparan printer	Seminar	2 pak	900,000	2,700,000	2,700,000	
d Catridge Printer Laser	Laporan	3 pak	1,700,000	5,100,000	5,100,000	
e USB 16G	Penyimpan data	3 pcs	500,000	2,500,000	2,500,000	
f Tinta printer BW dan Color	Laporan	5 set	500,000	2,500,000	2,500,000	
g Amplop sedang	Pembungkus	1000 ekspl	5,000	5,000,000	5,000,000	
h Amplop besar	Pembungkus	1000 ekspl	4,000	4,000,000	4,000,000	
i Suvenir	Cendera mata	500 pcs	20,000	10,000,000	10,000,000	
j Tempat suvenir	Pembungkus	500 pcs	5,000	2,500,000	2,500,000	
Focus Group Discussion I						
a Transportasi	Transportasi	14 org x 7 hr	500,000	49,000,000	49,000,000	
b Konsumsi	Makan siang	14org x 7hr x 2	50,000	9,800,000	9,800,000	
c Buku tulis	Catatan	15 ekspl	100,000	1,500,000	1,500,000	
Focus Group Discussion II						
a Transportasi	Transportasi	14 org x 7 hr	500,000	49,000,000	49,000,000	
b Konsumsi	Makan siang	14org x 7hr x 2	50,000	9,800,000	9,800,000	
c Buku tulis	Catatan	15 ekspl	100,000	1,500,000	1,500,000	
Subtotal (Rp)				156,200,000	156,200,000	
3 Perjalanan						
Pengumpulan Data						
a Perjalanan ke Petemak Ayam di 5 wilayah	Survey	5 x pp	600,000	15,000,000		
b Perjalanan ke Petemak Ayam di Jakarta	Survey	2 org x pp	600,000	2,400,000		
c Perjalanan ke Petemak Ayam di Bogor	Survey	2 org x pp	600,000	2,400,000		
d Perjalanan ke Petemak Ayam di Depok	Survey	2 org x pp	600,000	2,400,000		
e Perjalanan ke Petemak Ayam di Tangerang	Survey	2 org x pp	600,000	2,400,000		
f Perjalanan ke Petemak Ayam di Bekasi	Survey	2 org x pp	600,000	2,400,000		
g Perjalanan Penarikan data lapangan 5 wily	Data Kuesioner	5wil x 2org x 2kdt	600,000	12,000,000		
Perjalanan Jakarta-Mataram-Lombok						
a Tiket pp Jakarta-Lombok	Seminar ICEBUSS	2 org x pp	1,500,000	6,000,000		
b Akomodasi Lombok 2org, 2hr, 2kamar	Seminar ICEBUSS	2org x 2hr x 2km	800,000	6,400,000		
c Perjalanan dalam kota Lombok, Mataram	Seminar ICEBUSS	2org x 2hr	800,000	3,200,000		
Perjalanan Jakarta-Bali-Sulawesi Utara						
a Tiket pp Jakarta-Bali	Seminar ICEBUSS	2org x pp	2,000,000	8,000,000		
b Akomodasi Bali 2org, 3hr, 2kamar	Seminar ICEBUSS	2org x 3hr x 2km	1,500,000	18,000,000		
c Perjalanan dalam kota Bali	Seminar ICEBUSS	2org x 3hr	1,000,000	6,000,000		
Subtotal (Rp)				54,600,000	32,000,000	

Lampiran 2. : Dukungan Sarana dan Prasarana Dari Perguruan Tinggi Pengusul

1. Laboratorium

- Laboratorium Komputer Ekonomi Universitas Esa Unggul.

2. Peralatan Utama

No.	Macam Alat	Lokasi	Kegunaan
1.	Komputer PC	UEU	Komputasi
2.	Printer	UEU	Mencetak
3	Software spss	UEU	Mengolah data

3. Keterangan Tambahan : Tidak ada.

Lampiran 3. : Susunan Organisasi Tim Peneliti dan Pembagian Tugas

Susunan Organisasi Tim Peneliti/Pelaksana dan Pembagian Tugas

No	Nama/NIDN	Instansi Asal	Bidang Ilmu	Alokasi Waktu Jam/Minggu	Uraian Tugas
1	Jatmiko / 0315026303	Universitas Esa Unggul	Pemasaran	10 10 10 10 10 10	<ul style="list-style-type: none"> - Mengkoordinir tugas-tugas ketua dan anggota peneliti - Menyiapkan perijinan penelitian baik internal maupun eksternal - Menyiapkan sarana penelitian - Mengumpulkan data-data penelitian - Mengolah data - Menyusun laporan penelitian
2	Ari Anggarani WPT / 02010030159	Universitas Esa Unggul	Manajemen	10 10 10	<ul style="list-style-type: none"> - Mengumpulkan data-data penelitian - Mengolah data - Menyusun laporan penelitian -
3	Sudarwan / 0302055602	Universitas Esa Unggul	Akuntansi	10 10 10	<ul style="list-style-type: none"> - Mengumpulkan data-data penelitian - Mengolah data - Menyusun laporan penelitian -

Lampiran 4. : Biodata Ketua dan Anggota Tim Pengusul

BIODATA KETUA DAN ANGGOTA PENELITIAN

I. KETUA PENELITIAN

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Ir. Jatmiko, MM
2	Jenis Kelamin	Laki-Laki
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas Lain	296090069
5	NIDN	0315026303
6	Tempat Tanggal Lahir	Grobogan, 15 Pebruari 1963
7	E-mail	jatmiko@esaunggul.ac.id
8	Alamat Rumah	Taman Chrysant II Blok N6 No.12 Kencana Loka, Sektor XII.3 Bumi Serpong Damai, Kota Tangerang Selatan.
9	Nomor Telepon / HP	0812 933 1881
10	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta Barat
11	No. Telp/Faks	021. 5674223 ext. 202 / 021 5674248
12	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S1 = 210 Orang
13	Mata Kuliah yang Diampu	Pengantar Manajemen
		Pengantar Bisnis
		Manajemen Pemasaran
		Manajemen Strategik

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	Institut Pertanian YOGYAKARTA	Universitas Esa Unggul Jakarta	-
Bidang Ilmu	Teknologi Hasil Pertanian	Manajemen Pemasaran	-
Tahun Lulus	1992	1998	-
Judul Skripsi/Thesis/Disertasi	Efektifitas Abomasum Kambing Dalam Pembuatan Keju Cheddar	Strategi Ekspansi PT. Holand Bakery	-
Nama Pembimbing/Promotor	Prof. DR. Ir. Kapti Rahayu, M.Sc	DR. Ir. Son Diamar.	-

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	2010	Pentingnya Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan Dalam Menghadapi Persaingan Pasar di Rumah Sakit Medika Cilegon.	Pribadi	3.500.000
2	2012	Pelaku Self Monitoring Derajat Materialistik Terhadap Keterlibatan Pembelian Produk.	Hibah Fundamental DIKTI	40.000.000
3	2014	Model Respon Kredit Investasi Jangka Pendek dan Jangka Panjang Berbasis Metode Vektor Error Correction Model (VECM) Pada Kelompok Bank Umum di Indonesia	Hibah Fundamental DIKTI	49.860.000
4	2015	<i>Purchase Intention Consumer Aqua Water Bottles of Packaging 600ml in Golden Mississippi Tbk</i>	Hibah Internal UEU	3.500.000
5	2016	Model Pembentukan Keputusan Pembelian Berdasarkan Brand Equity Pada Konsumen Sepeda Motor (sedang berjalan)	Hibah Bersaing DIKTI	50.000.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	2011	Ipteks Promosi bagi masyarakat usaha pariwisata Bahari Pulau Tidung Kecamatan Kepulauan Seribu Selatan	LPPM UEU	4.500.000
2	2014	Ipteks Bagi Masyarakat (IbM) Kelompok Usaha Garment dan Konveksi Perkampungan Industri Kecil, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur	Hibah Internal UEU	5.500.000
3	2015	Pelatihan Keterampilan Masyarakat Balaraja Dalam Bidang Pengelolaan Pemasaran	Hibah Internal UEU	7.500.000
4	2016	Pembinaan Pengembangan Kelompok Usaha Handycraft, Kecamatan Ciputat dan Pamulang, Kota Tangerang Selatan	Hibah Internal UEU	8.150.000

E. Pengalaman Penelitian Artikel Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Volume/Nomor/Tahun	Nama Jurnal
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

F. Pengalaman Penyampaian Makalah secara Oral pada Pertemuan/Seminar dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat
1			
2			
3			
4			
5			

G. Pengalaman Penelitian Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				
2				
3				
4				

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				
2				
3				
4				
5				

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema Rekayasa Sosial Lainnya Yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	-			
2	-			
3				
4				

5				
---	--	--	--	--

J. Penghargaan Yang Pernah Diraih dalam 10 Tahun Terakhir (dari Pemerintah atau asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	-		
2			
3			
4			
5			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidak sesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam Hibah Penelitian Fundamental 2017-2018.

Jakarta, 20 April 2017.



Ir. Jatmiko, MM



II. ANGGOTA PENELITI 1

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengar gelar)	Ari Anggarani Winadi Prasetyoning Tyas, SE, MM
2	Jenis Kelamin	Perempuan
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIP/NIK/Identitas lainnya	0201030159
5	NIDN	0303037503
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jakarta, 3 Maret
7	E-mail	ari.anggarini@esaunggul.ac.id
8	Nomor Telepon/HP	082123359952
9	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No. 9 Kebon Jeruk Jakarta Barat
10	Nomor Telepon/Faks	021-5674223 ext. 319
11	Lulusan yang Telah Dihasilkan	3 orang
12	Mata Kuliah yang Diampu	Pengantar Manajemen
		Pengantar Bisnis
		Manajemen Sumber Daya Manusia

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	STIE Kampus Ungu	Pascasarjana Universitas Bhayangkara	
Bidang Ilmu	Manajemen	Manajemen	
Tahun Masuk-Lulus	2004	2009	
Judul Skripsi/Tesis/Disertasi	Analisis Kesejahteraan Karyawan dalam Kaitannya dengan Prestasi Kerja pada Universitas XYZ	Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Aktivitas, Profitabilitas, Leverage, dan Economic Value Added (EVA) Terhadap Return Saham pada Perusahaan yang Tergabung dalam Saham Food and Beverages di Bursa Efek Indonesia Periode 2003 - 2007	
Nama Pembimbing/Promotor	Drs. Anselmus Habin, MM	Agustian Zen, Ph.D	

C. Pengalaman Penelitian Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
-	-	-	-	-

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber*	Jml (Juta Rp)
-	-	-	-	-

E. Publikasi Artikel Ilmiah Dalam Jurnal Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Dampak Krisis Keuangan Global Terhadap Industri Properti Indonesia	Forum Ilmiah	Vol. 7 No. 1, Januari 2010
2	Implikasi Country Risk Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Suatu Negara “Iklim Investasi di Indonesia	Forum Ilmiah	Vol. 7 Nomor 2 Mei 2010
3	Pentingnya Keselamatan dan Kesehatan Kerja dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan	Forum Ilmiah	Vol. 8 Nomor 3, September 2011
4	Pengaruh Rasio Likuiditas, Aktivitas, Profitabilitas, Leverage dan Economic Value Added Terhadap Retunr Saham pada Saham Food And Beverages di Bursa Efek Indonesia	Jurnal Ekonomi	Volume 1 Nomor 2, November 2010
5	Analisis Pengaruh Citra Merek Terhadap Persepsi Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan pada Produk Oli Mesin Enduro 4T Pertamina “Studi pada Bengkel Motor BMS Wilayah Binong Permai, Tangerang”	Jurnal Ekonomi	Volume 2 Nomor 2 November 2011

F. Pemakalah Seminar Ilmiah (Oral Presentation) Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan Ilmiah/Seminar	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Karya Buku Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
-	-	-	-	-

H. Perolehan HKI Dalam Jurnal 5-10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
-	-	-	-	-

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya Dalam Jurnal 5 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema/Jenis Rekayasa Sosial Lainnya yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
-	-	-	-	-

J. Penghargaan dalam 10 tahun Terakhir (dari pemerintah, asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila di kemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima sanksi. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan Hibah Bersaing.

Jakarta, 25 April 2014

Pengusul,

(Ari Anggarani WPT, SE, MM)

III. ANGGOTA PENELITIAN 2

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap	Dr. Sudarwan. CIA. QIA. Akt
2	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
3	Jabatan Struktural	Dosen Tetap Akuntansi UEU
4	NIP/NIK/Identitas Lain	0211010419
5	NIDN	0302055602
6	Tempat Tanggal Lahir	Sukabumi. 2 Mei 1956
7	Alamat Rumah	Komp. BPKP Jakarta
8	No. HP	0813 1066 2429
9	Alamat Kantor	Jl. Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta Barat
10	No. Telp/Faks	021.5674223 / 021 5674159
11	Alamat E-mail	sudarwan@esaunggul.ac.id
12	Lulusan yang Telah Dihasilkan	S-1= 30 Orang
13	Mata Kuliah yang Diampu	1. Teori Akuntansi
		2. Etika Profesi
		3. Metodologi Penelitian Akuntansi

B. Riwayat Pendidikan

	S1	S2	S3
Nama Perguruan Tinggi	STAN	Case Western. Cleveland. University	Case Western. Cleveland. University
Bidang Ilmu	Akuntansi	Akuntansi	Akuntansi
Tahun Lulus	1984	1990	1994
Judul Skripsi/Thesis			
Nama Pembimbing/Promotor			

C. Pengalaman Penelitian dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	2011	Model Perilaku Mental Investment dan Mapping Risk Preference Pada Investor di Bursa Efek Indonesia	Dikti	32.500.000
2	2013	Model Kointegrasi pasar modal Indonesia dengan pasar modal regional	Dikti	50.000.000
3	2015	Perilaku Herding dalam Keputusan Investasi pada Investor Individu di Bursa Efek Indonesia	Dikti	67.000.000
4	2017	Model Kebijakan Controlling Budgetary Slack Pada Rumah Sakit	Dikti	67.500.000

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian Kepada Masyarakat	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	2008	Pelatihan rencana keuangan pada UKM PT. Jasa Marga	PS UKM UEU	2.000.000
2	2009	Pelatihan rencana keuangan pada UKM PT. Jasa Marga	PS UKM UEU	2.000.000
3	2010	Pelatihan rencana keuangan pada UKM PT. Jasa Marga	PS UKM UEU	2.000.000
4	2011	Pelatihan rencana keuangan pada UKM PT. Jasa Marga	PS UKM UEU	2.000.000
5	2012	Pelatihan rencana keuangan pada UKM PT. Jasa Marga	PS UKM UEU	2.000.000

E. Pengalaman Penulisan Artikel Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Artikel Ilmiah	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	1995	Culture orientation in Accounting	Pribadi	10.000.000
2				

G. Pengalaman Penyampaian Makalah secara Oral pada Pertemuan/Seminar dalam 5 Tahun Terakhir

No	Nama Pertemuan	Judul Artikel Ilmiah	Waktu dan Tempat

G. Pengalaman Penulisan Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1	-			
2				

H. Pengalaman Perolehan HKI dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1	-			

I. Pengalaman Merumuskan Kebijakan Publik/Rekayasa Sosial Lainnya dalam 5 Tahun Terakhir

No	Judul/Tema Rekayasa Sosial Lainnya Yang Telah Diterapkan	Tahun	Tempat Penerapan	Respon Masyarakat
1	-			

J. Penghargaan Yang Pernah Diraih dalam 10 Tahun Terakhir (dari Pemerintah atau asosiasi atau institusi lainnya)

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1	Karyawan Teladan BPKP	BPKP	1988

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Apabila dikemudian hari ternyata dijumpai ketidaksesuaian dengan kenyataan, saya sanggup menerima resikoanya.

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam hibah Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi tahun 2018.

Jakarta, 29 Mei 2017

Pengusul



(Dr. Sudarwan. CIA. QIA. Akt)

Lampiran 5. : Surat Pernyataan Ketua Tim Peneliti.



Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul SURAT PERNYATAAN

Universitas
Esa Unggul

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ir. Jatmiko, MM
NIP/NIDN : 296090069 / 0315026303
Pangkat/ Golongan : Penata/ IIIC
Jabatan Fungsional : Lektor
Alamat : Taman Chrysant II, Blok N6 No.12, Kencana Loka, Bumi Serpong Damai, KOTA TANGERANG SELATAN

Dengan ini menyatakan proposal penelitian saya dengan judul :

“ Model Pembentukan Keputusan Pembelian Berbasis *Mental Accounting* Pada Industri DOC (*Day Old Chikend*) Di Indonesia”

Yang diusulkan untuk Skim Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi untuk tahun 2018-2019, adalah *original* dan belum pernah dibiayai oleh lembaga/sumber lain.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan mengembalikan seluruh biaya penelitian yang sudah diterima ke kas negara.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Universitas
Esa Unggul Mengetahui,
Ketua LPPM Universitas Esa Unggul

Dr. Hasvim, SE, MM, M.Ed
NIK . 0201040164

Universitas
Esa Unggul Jakarta, 9 Juni 2017
Yang Menyatakan,



Ir. Jatmiko, MM
NIK. 296090069

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

PURCHASE DECISION MAKING MODEL BASED ON MENTAL ACCOUNTING IN THE DOC (Day Old Chicken) INDUSTRY IN INDONESIA^{abc}

Jatmiko

^aEsa Unggul University, Faculty of Economics and Business

jatmiko@esaunggul.ac.id

Ari Anggarani WPT

^bEsa Unggul University, Faculty of Economics and Business

ari.anggarani@esaunggul.ac.id

Sudarwan

^cEsa Unggul University, Faculty of Economics and Business

sudarwan@esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Tujuan utama penelitian ini adalah menciptakan konstruksi model konseptual *Mental Accounting* dalam pembentukan keputusan pembelian produk DOC (*day old chicken*) pengusaha peternak ayam pedaging untuk memaksimalkan utilitas finansialnya, sehingga investor DOC tahu strategi pemasaran yang harus dilakukan. Penelitian dilakukan bukan merubah proses tahapan keputusan pembelian melainkan menyempurnakan tahapan *purchase decision* yang sudah ada, dari 5 tahap yaitu pertama pengenalan masalah, kedua pencarian informasi, ketiga evaluasi alternatif, keempat keputusan pembelian, kelima evaluasi purna beli. Peneliti menduga setelah tahap ketiga sebelum masuk tahap keempat pada tahapan keputusan pembelian investor terlebih dahulu melakukan *Mental Accounting* untuk memaksimalkan utilitas keuangannya dalam berinvestasi.

Rancangan penelitian bersifat kuantitatif dan berbentuk *kausalitas eksplanatoris*, bertujuan menguji pengaruh *factor internal*, *eksternal*, dan *behavior control* terhadap keputusan pembelian melalui *mental accounting* dengan jumlah responden 276 orang. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Uji hipotesis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) pada Faktor Internal (X_1) meliputi aspek pribadi dan aspek psikologis; Faktor Eksternal (X_2) meliputi keluarga, kelompok acuan, budaya; Kontrol Perilaku (X_3) yaitu *bilief*, *attitude*, *intention*, *behavior*, terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan *Mental Accounting* (Z) sebagai *variabel intervening*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Faktor Internal dan Kontrol Perilaku berpengaruh langsung lebih kuat terhadap Keputusan Pembelian bila dibandingkan melalui *Mental Accounting*, sedangkan Faktor Eksternal tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian akan tetapi harus melalui *Mental Accounting*. Hal ini menunjukkan bahwa *Mental Accounting* merupakan variabel *intervening* dari Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian. Pada dasarnya *Mental Accounting* juga berpengaruh terhadap Faktor Internal dan Kontrol Perilaku hanya saja tingkat pengaruh tidak langsungnya melalui *Mental Accounting* lebih kecil bila dibandingkan dengan pengaruh langsung. Repleksi Faktor Internal melalui *Mental Accounting* terhadap perilaku investasi terutama dipengaruhi oleh unsur psikologis terhadap potensi *losses*, sedangkan faktor Kontrol Perilaku terutama *bilief* terhadap potensi *losses* mengintervensi *behavior* dalam menunda keputusan investasi.

Mental Accounting sebagai variabel *intervening* dari Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian, menunjukkan bahwa pada saat investor mau melakukan investasi pembelian DOC menjadi Ayam Pedaging terlebih dahulu mereka melakukan evaluasi kemampuan keuangan mereka. Jika Faktor Eksternal merupakan penyebab *losses* terhadap pembelian DOC yang dikategorikan sebagai

barang *high involvement* maka bentuk perilaku keputusan pembeliannya dilakukan melalui pertimbangan yang matang atau bahkan memutuskan untuk menunda investasinya. Hasil akhir membuktikan barang *high* maupun *low involvement* terhadap sejumlah modal yang akan diinvestasikan setelah Evaluasi Alternatif pada tahapan proses keputusan pembelian yaitu tahap ke-3 sebelum masuk pada tahap ke-4 yaitu Keputusan Pembelian mereka akan melakukan analisis Faktor Eksternal sehingga perilaku Keputusan Pembeliannya terbentuk melalui *Mental Accounting*.

Kata Kunci : Faktor Internal, Faktor Eksternal, Behavior Controll, Mental Accounting, Keputusan Pembelian, DOC (Day Old Chicken).

2. PENDAHULUAN

2.1. Latar Belakang

Semakin membaiknya perekonomian Indonesia, konsumsi protein hewani terutama dari daging ayam dari tahun ke tahun selalu meningkat. Menkonsumsi daging ayam bukanlah suatu gaya hidup yang mewah, namun kecenderungannya sudah menjadi kebutuhan sehari-hari oleh masyarakat Indonesia. Hal ini bisa dilihat pada setiap warung makan dari yang biasa sampai yang mewah setiap hari selalu tersedia menu daging ayam. Tentunya situasi pasar konsumsi daging ayam ini sangat menarik bagi para peternak ayam dan perusahaan perunggasan ayam, karena menunjukkan adanya peluang bisnis yang sangat menarik. Adapun tingkat konsumsi daging ayam oleh masyarakat per kapita dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1.1 Konsumsi Daging Ayam / Kapita

Periode Produksi	Jumlah (Kg)	Pertumbuhan (%)
2012	4,9	
2013	6,28	28,16
2014	6,9	9,87
2015	7,8	13,04
2016	8,6	10,26
2017	9,5	10,45

Sumber : GPPU, 2017.

Bagi perusahaan-perusahaan yang memproduksi DOC (*day old chicken*) yaitu anakan ayam untuk dibesarkan sebagai daging ayam, peningkatan konsumsi daging ayam tersebut di atas merupakan informasi pasar yang bagus karena terindikasi adanya permintaan DOC yang cukup besar setiap tahunnya. Namun pada kenyataannya tidaklah demikian karena justru kemampuan penyerapan pasar terhadap DOC dari tahun ke tahun terjadi penurunan yang cukup signifikan, seperti dalam table berikut ini :

Tabel 1.2 Penjualan DOC Beberapa perusahaan Di Jakarta (ekor/tahun)

Periode	1.PT. Cibadak	2. PT. Charoen Pokphand	3. PT. Japfa	4. PT. Malindo
2012	46.275.265	2.404.605.000	1.136.135.000	453.700.980
2013	32.853.215	2.404.605.000	1.136.137.000	453.700.781
2014	22.587.394	3.116.761.000	1.271.910.000	620.364.945
2015	20.064.643	3.868.560.000	1.441.647.000	778.172.607
2016	18.258.077	3.259.752.000	1.242.238.000	662.172.000
2017	22.275.265	3.900.690.000	1.513.289.000	861.856.000

Sumber : Data diolah, 2017.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penjualan daging ayam dari tahun ke tahun semakin menurun. Hal ini sangat mengkhawatirkan bagi perusahaan produsen DOC, ditambah dengan adanya

wacana impor daging ayam dari Brasil yang akan menjadi pesaing bagi perusahaan perunggasan. Faktor selanjutnya adalah biaya pakan ayam naik dengan harga yang sangat tinggi.

Akuntansi mental (*mental accounting*) merupakan cara bagaimana konsumen menkodekan, mengkategorikan, dan mengevaluasi hasil financial dari pilihannya (Kotler and Keller, 2010). Kondisi yang terjadi pada pasar DOC terjadinya *mental accounting* sebelum menentukan keputusan pembelian ditentukan oleh adanya DOC impor, ayam pedaging impor, pakan ternak yang sangat mahal.

Perilaku konsumen menurut Ducan, Tom (2005), adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Ajzen, Icek dan Fisbian, M. dalam Jogiyanto (2007) melalui *theory of planned behavior* perilaku terbentuk mencakup dalam tiga hal yaitu *behavioral beliefs*, *normative beliefs*, dan *control beliefs*. Sementara Kincaid, Judith (2003) menyatakan bahwa barang-barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan pertimbangan yang matang. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah Faktor *internal* meliputi aspek pribadi, aspek psikologi dan factor *eksternal* meliputi keluarga, kelompok acuan, dan budaya (Lia Natalia, 2010). Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk dengan mempertimbangkan kualitas, harga, produk sudah dikenal oleh masyarakat (Kotler, Keller, 2010).

2.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas rumusan masalah penelitian meliputi :

1. Apakah Faktor Internal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
2. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
3. Apakah Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
4. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
5. Apakah Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
6. Apakah Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
7. Apakah Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
8. Apakah Faktor Internal, Faktor Eksternal, Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.
9. Apakah *Mental Accounting* berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian

2.3 Tujuan khusus

Penelitian ini bertujuan menciptakan konstruksi model konseptual Akuntansi Mental (*mental accounting*) mengenai keputusan pembelian produk DOC bagi pengusaha peternak ayam pedaging untuk memaksimalkan utilitasnya . Model kosepsual *mental accounting* ini merupakan inovasi baru dalam perilaku pasar pada proses keputusan pembelian, sehingga pengusaha peternak ayam pedaging mampu meprediksi *risk*, *return*, yang akan dihadpi pada saat melakukakn keputusn pembelian. Tujuan khusus yang ingin dicapai pada penelitian adalah :

7. Konstruksi model pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam rekayasa *sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional industry DOC.
8. Kontruksi model perilaku pembentukan keputusan pembelian dalam rekayasa *sustainability* utilitas keuangan pada industry DOC terhadap *risk* dan *return*.
9. Melakukan kajian perilaku pasar dalam memaksimalkan keuntungan melalui *mental accounting*.
10. Deseminasi hasil penelitian di Seminar Nasional melalui FMI atau seminar internasional ICEBUSS lainnya.

11. Publikasi hasil penelitian pada Jurnal Nasional Terakreditasi yaitu JAM atau Internasional Journal of Business and Globalization bereputasi SCOPUS atau lainnya.
12. Bahan ajar pada mata kuliah Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen.

2.4 Urgensi atau Keutamaan Penelitian

Mental accounting dalam proses tahapan keputusan pembelian, merupakan langkah strategis yang paling penting sebelum pasar melakukan keputusan pembelian. Semakin besar resiko dan ketidakyakinan yang akan dihadapi oleh pasar, maka pelaksanaan keputusan pembelian akan semakin lemah. Oleh karena itu maka urgensi dan keutamaan penelitian :

Pertama, penelitian ini akan melihat bagaimana kecenderungan perilaku pasar dalam membentuk keputusan pembelian DOC dalam situasi yang dipengaruhi oleh berbagai factor antara lain adanya DOC impor, impor ayam pedaging, pakan ayam dan obat-obatan yang diperlukan. Filosofi dasarnya adalah bagaimana tercipta manfaat antara produsen DOC dan peternak ayam pedaging.

Kedua, kontribusi penelitian ini efek pada pengembangan teori perilaku pasar sebagai bagian dalam tahapan proses pembentukan keputusan pembelian pada industry DOC. Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dimulai dari tahap; *pertama*, pengenalan masalah; *kedua*, pencarian informasi; *ketiga*, evaluasi alternative; *keempat*, keputusan pembelian; *kelima*, perilaku purna pembelian. Namun dalam industry DOC sebelum sampai tahap keputusan pembelian dengan berbagai factor yang mempengaruhi pasar melakukan *mental accounting*, yaitu pasar melakukan pengkodean, mengkategorikan, mengevaluasi hasil finansial pada pilihannya.

Ketiga, preferensi prospek investasi yang bersifat membingungkan dalam situasi pasar yang dinamis. Preferensi mengindikasikan pada situasi pasar seperti apapun investasi bertujuan memaksimalkan utilitas *return*, namun pada situasi lain factor internal, eksternal, control perilaku (suplai DOC, ayam pedaging import yang cukup besar, pakan ayam mahal, obat-obatan untuk ayam) menimbulkan perilaku pasar dalam keputusan pembelian perlu pertimbangan mendalam.

2.5 Kontribusi Penelitian

Tahapan proses *pembentukan keputusan pembelian* dalam upaya memaksimalkan utility keuangan perusahaan merupakan langkah strategis yang tidak dapat dipisahkan dari *marketing strategy* dengan menekankan pada aspek *perilaku pasar* yang dinamis karena pengaruh factor internal, eksternal, control perilaku, dan lainnya seperti; suplai DOC, import ayam pedaging dengan jumlah yang besar, pakan ayam mahal, obat-obatan untuk ayam. Situasi ini berdampak pada perilaku pasar dalam keputusan pembelian bibit ayam pedaging (DOC) memerlukan pertimbangan yang mendalam. Pengambilan keputusan pembelian pada fenomena tersebut menyebabkan tahapan proses pengambilan keputusan pembelian berkembang dari tahap Ke-tiga sebelum menuju tahap Ke-empat (keputusan pembelian) muncul satu tahapan yang sangat prinsip untuk memasuki tahap Ke-empat yaitu *mental accounting*. Hasil dari research ini akan membuat kualitas keputusan pembelian lebih baik dalam memaksimalkan utility keuangannya.

Penelitian ini bertujuan menghasilkan konstruksi model kebijakan dalam pembentukan keputusan pembelian sesuai dengan upaya memaksimalkan utility keuangannya yang lebih baik untuk menjaga *sustainability* perusahaan pada persaingan yang ketat. Hal ini merupakan hal baru dan bersifat inovatif yang dibentuk dari pendekatan perilaku, pendidikan, social budaya dan psikologi dalam proses pembentukan keputusan pembelian berbasis pada *mental accounting* pada industry DOC.

2.6 Temuan Penelitian

Temuan penelitian yaitu model pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam

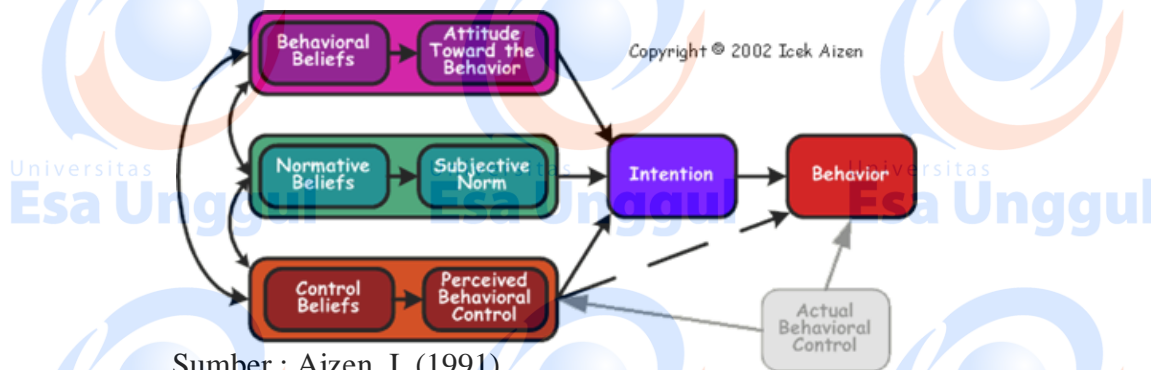
rekayasa *sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional. Temuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini antara lain meliputi;

1. Konstruksi model pembentukan keputusan pembelian melalui *mental accounting* yang mengkaji dalam analisis factor internal, eksternal, dan control perilaku individu pasar dalam rekayasa memaksimalkan/*sustainability* utilitas keuangannya di bawah kendali dan keinginan sendiri secara menyeluruh pada *environment* budaya kerja transaksional industry DOC.
2. Konstruksi model kebijakan *mental accounting* dalam mempengaruhi tahapan proses dalam pembentukan keputusan pembelian oleh konsumen.
3. Konstruksi model proses pembentukan keputusan pembelian dan perilaku keputusan pada industry DOC.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler P. dan Keller KV., 2013). Kemudian Ajzen dan Martin Fishbein (dalam Jogiyanto, 2007) dalam teori tindakan beralasan (*Theory of Reasoned Action / TRA*) dalam menentukan tindakan atau berkehendak melibatkan keyakinan (*bilief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan selanjutnya adalah perilaku (*behavior*). Jogiyanto (2007), menekankan bahwa teori perilaku focus pada perhatian, yaitu mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting, dan kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektif. Ajzen menyatakan factor *perceived behavior control* (PBC), toeri ini disebut *Theory of Planned Behavior* (TPB) seperti gambar ini:



Sumber : Ajzen, I. (1991).

Gambar 2.1 : Theory of Planned Behavior

2.2 Pembentukan Keputusan Pembelian

Fandy Tjiptono (2008), menyatakan bahwa pembentukan keputusan akan didahului oleh tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa. Utami, CW (2006), memperinci lebih lanjut bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada dasarnya terdiri dari factor internal meliputi aspek pribadi (misalnya tahapan usia, kondisi keuangan, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri), dan aspek psikologis (meliputi motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, serta proses belajar). Sedangkan factor eksternal meliputi keluarga, kelompok acuan, dan budaya.

Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dimulai dari tahap; *pertama*, pengenalan masalah; *kedua*, pencarian informasi; *ketiga*, evaluasi alternative; *keempat*, keputusan pembelian; *kelima*, perilaku purna pembelian (Kotler, P dan Keller, Kl., 2010). Perilaku yang tampak dalam keputusan pembelannya adalah terbentuknya mental psikologis (*psychologic accounting*). dalam dua

kemungkinan; 1). *minimal accounting* yaitu ditetapkannya hasil pilihan menurut konsekuensi yang langsung menyertainya; 2) *inclusive accounting*, yaitu bila hasil keputusan dibingkai dengan memperhitungkan kejadian sebelumnya (Kahneman, D., 2005).

2.3 Akuntansi Mental (*mental accounting*)

Akuntansi mental (*mental accounting*), proses dimana pasar akan melakukan pengkodean, mengkategorikan, dan mengevaluasi hasil finansial terhadap pilihannya (Kottler, P., Keller KL., 2010). *Mental accounting* dalam proses tahapan keputusan pembelian, merupakan langkah strategis yang paling penting sebelum pasar melakukan keputusan pembelian. Semakin besar resiko dan ketidakyakinan yang akan dihadapi oleh pasar, maka pelaksanaan keputusan pembelian akan semakin lemah. *Mental accounting* mempunyai pokok isi individu menentukan tingkat utilitas yang berbeda pada tiap-tiap kelompok asset, yang mana mempengaruhi keputusan konsumsi mereka dan perilaku-perilaku lainnya (Arrozi, MF., 2015).

Perilaku pengambil keputusan di atas menunjukkan terjadinya dua kemungkinan sikap diantaranya; *pertama*, bahwa barang-barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan pertimbangan yang matang (Kincaid, Judith, 2003); dan *kedua*, bila situasinya atas factor eksternal yang menyebabkan *losses* maka perilaku yang terjadi menunjukkan bentuk akuntansi mental (*mental accounting*) terhadap utilitas finansialnya. Faktor eksternal yang berpengaruh dominan terhadap proses investasi mendorong perilaku keputusan pasar cenderung melamah. Cheema, Amar; Soman, Dilip (2006). Slivic (1995), menjelaskan bahwa preferensi adalah sebagai pilihan dan pengambilan keputusan yang mempunyai esensi rasional dengan perilaku maksud tertentu.

2.4 Kontrol Perilaku

Kontrol perilaku terjadi mengacu pada persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005). Kontrol perilaku secara langsung mempengaruhi niat untuk melaksanakan suatu perilaku dan juga mempengaruhi perilaku (Ajzen, 2006). Kontrol perilaku yang dirasakan ditunjukkan dengan tanggapan seseorang terhadap halangan dari dalam atau halangan dari luar sewaktu melakukan perilaku atau tingkah laku. Kontrol perilaku dapat mengukur kemampuan seseorang dalam mendapatkan sesuatu dalam mengambil suatu kegiatan.

2.5 Faktor Internal

Merupakan factor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan; *pertama*, aspek pribadi yaitu adanya suatu perbedaan karena factor pribadi yang berbeda dapat berupa tahapan usia, kondisi keuangan, konsep diri, kepribadian; *kedua*, aspek psikologis yaitu faktor yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, dan proses belajar yang dilalui konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

2.6 Faktor Eksternal

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan; *pertama*, keluarga yang merupakan factor penting dalam masyarakat misal usia dan status perkawinan; *kedua*, kelompok acuan yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang; *ketiga*, budaya memiliki pengaruh luas terhadap pengambilan keputusan pasar/konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

2.7 Hasil Studi Yang Telah Dicapai

Penelitian-penelitian sebelumnya yang dihasilkan dengan akuntansi mental (*mental accounting*) terhadap keputusan, antara lain :

- d. Hasil studi Arrozi (2014), membuktikan bahwa preferensi *return* yang diinginkan oleh investor berupa deviden dan capital gain. *Return* tersebut didasarkan pada pilihan investor untuk melakukan investasi pada sekuritas yang mempunyai kategori saham unggul, kinerja baik, profitabilitas stabil, dan saham prospektif.
- e. Hasil studi Mahastanti (2012), mental accounting terbentuk dalam pengambilan keputusan pada penggunaan kartu kredit berdasarkan variable demografis, jenis kelamin, dan pendapatan.
- f. Hasil studi Kim, HM (2006), niat beli meningkat ketika arti-penting pembayaran yang lebih kecil lebih besar. Secara khusus integrasi mengarah pada niat beli produk dengan harga include biaya pengiriman yang lebih tinggi dari pada terpisah, karena munculnya biaya tambahan justru mengakibatkan total biaya menjadi lebih tinggi.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini berupa deskriptif, bertujuan menggambarkan atau mendiskripsikan sesuatu baik karakteristik maupun fungsi (Malhotra, 2004), dengan menghubungkan ide, sikap, keyakinan, persepsi, kepercayaan orang yang akan diteliti terhadap perilaku dalam pembentukan keputusan pembelian. Manfaatnya penelitian ini tergolong penelitian fundamental karena berorientasi pada pencarian metoda dalam pembentukan keputusan pembelian dari perilaku pelaku pasar sehingga dapat mendukung penelitian terapan.

Desain dari penelitian ini menggunakan penelitian *cross secsional*, yaitu desain penelitian berupa pengumpulan data dari sampel tertentu yang hanya dilakukan satu kali (Malhotra, 2014), disebut dengan *single cross sectional* dimana pengumpulan data dilakukan dari responden untuk satu kali waktu saja. Metode analisa data yang dipergunakan adalah kualitatif, yaitu merangkum sejumlah data besar menjadi informasi penting yang dapat dipergunakan untuk menginterpretasikan terhadap kecenderungannya.

3.2 Populasi, Sampel

Populasi penelitian ini adalah DOC (*day old chicken*), dan Industri Peternak Ayam Pedaging yang berada di Jakarta, dengan produksi dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015. Sampel dalam penelitian ini seluruh perusahaan peternak ayam pedaging yang ada di Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu cara penentuan sampel ditetapkan secara sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Penelitian ini, penarikan sampel didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

3. Perusahaan sebagai peternak pembesaran DOC menjadi ayam pedaging, minimal telah melakukan pembelian sebanyak 5 kali.
4. Perorangan atau individu sebagai peternak pembesaran DOC menjadi ayam pedaging, minimal telah melakukan pembelian 5 kali.

Adapun penentuan jumlah sampel ditentukan berdasarkan standar eror 5%, tingkat kepercayaan 95%, probabilitas 0 – 1, dan Z score 1,96. Untuk mempermudah perhitungan dan uji hipotesis sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 400 responden. Untuk mengukur indicator dari variable dependen dan independen menggunakan skala Likert (Schiffman, Leon and Leslie Lazar Kanuk, 2004). Dengan skala Likert subjek penelitian memberikan pernyataan :

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) | 3 = Setuju (S) |
| 3 = Tidak Setuju (TS) | 4 = Sangat Setuju (SS) |

3.3 Variabel Penelitian

Klasifikasi Variabel, variabel *Independent* dalam penelitian yang dimaksud adalah Faktor Internal (X_1), Faktor Eksternal (X_2), dan Kontrol Perilaku (X_3). Adapun *variable Dependent* pada penelitian ini berupa Keputusan Pembelian (Y) investasi DOC sebagai bahan ternak ayam pedaging. Sedangkan *variable Intervening* adalah *Mental Accounting* (Z) sebagai pembentuk perilaku keputusan pembelian pada industry DOC sebagai bibit ayam pedaging.

Difinisi Operasional Variabel, difinisi operasional variable adalah sebagaiberikut :

1. Faktor Internal (X_1)

Merupakan factor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan pertimbangan; *pertama*, aspek pribadi yaitu adanya suatu perbedaan karena factor pribadi yang berbeda dapat berupa tahapan usia, kondisi keuangan, konsep diri, kepribadian; *kedua*, aspek psikologis yaitu faktro yang mempengaruhi seseorang dalam tindakan membeli suatu barang atau jasa berdasarkan motivasi, persepsi, kepercayaan, perilaku, dan proses belajar yang dilalui konsumen (Christina Whidya Utami, 2006).

2. Faktor Eksternal (X_2)

Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan; *pertama*, keluarga yang merupakan factor penting dalam masyarakat missal usia dan status perkawinan; *kedua*, kelompok acuan yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang; *ketiga*, budaya memiliki pengaruh luas terhadap pengambilan keputusan pasar/konsumen(Christina Whidya Utami, 2006).

3. Kontrol Perilaku (X_3)

Yaitu perilaku yang terjadi mengacu pada persepsi seseorang akan kemampuannya untuk menampilkan perilaku tertentu (Ajzen, 2005), atau kontrol perilaku menunjuk kepada sejauh mana seseorang merasa bahwa menampilkan atau tidak menampilkan perilaku tertentu berada di bawah kontrol individu yang bersangkutan. Dimensi meliputi *bilief, attitude, intention, behavior*.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Yaitu suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternative sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan (Christina Whidya Utami, 2006). Dimensinya meliputi *initiator, influencer, decider, buyer, user* (Kotler, P., Keller, KL., 2010).

5. Mental Accounting (Z)

Yaitu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu atau kelompok dalam mengkode, membuat kategori, mengevaluasi aktivitas financial dalam memaksimalkan utilitasnya (Thaler, RH., 1985). Dimensinya meliputi mengkode, membuat kategori, avaluasi financial.

3.4 Obyek Penelitian

Penelitian dilakukan pada industry Peternak Ayam Pegaging yang menggunakan DOC (*day old chicken*) sebagai bibit atau anakan ayam untuk dibesarkan menjadi ayam pedaging di Jakarta pada konsumsi tahun 2010 sampai dengan tahun 2015.

3.5 Sumber Data

Berdasarkan proses penelitian, data sekunder dikumpulkan dari annual report perusahaan, dan kuisisioner dari perusahaan pengguna DOC (*day old chicken*) yang dikembangkan menjadi ayam pedaging pada periode tahun 2010 s/d 2015 di Jakrta. Sedangkan data primer dikumpulkan

berdasarkan studi lapangan melalui kuesioner yang diisi oleh responden yang telah ditetapkan, yaitu para peternak ayam potong sebagai pedaging yang menggunakan DOC sebagai bibit untuk dibesarkan.

3.6 Prosedur Pengumpulan Data

Cara atau metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara antara lain :

4. Metode Survey Kepustakaan, metode ini dilakukan bertujuan untuk mendapatkan teori dari referensi/buku, jurnal hasil riset, dan lainnya.
5. Metode Wawancara, metode ini dilakukan untuk mendapatkan data dari perusahaan pengguna DOC sebagai proses investasi dalam memaksimalkan *utility financial*-nya.
6. Kuesioner, metode ini dilakukan untuk mendapatkan data primer dari responden, yaitu perusahaan pengguna DOC (peternak ayam pedaging).

3.7 Teknik Analisa Data

1. Deskriptif statistic, bertujuan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan sesuatu, baik sebuah karakteristik maupun fungsi.
2. Uji Validitas dan Reliabilitas, bertujuan untuk menguji kualitas data primer berdasarkan validitas instrument kuesioner yang dibuat, sedangkan reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi instrument terhadap indicator variable.

Uji Hipotesisi, dalam penelitian ini menggunakan *SEM (Structural Equation Model)* melalui *AMOS* dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *Mental Accounting* sebagai penentu dalam tahapan proses pembentukan keputusan pembelian pada pembentukan keputusan pembelian. Model pengujian yang digunakan adalah persamaan SEM sehingga diperoleh indikator model *fit* yang memenuhi kriteria model yang baik, yaitu : a).*Degree of Freedom (DF)* nilainya harus positif; b).Non signifikan *Chi-Square* harus diatas nilai yang disyaratkan ($p=0,05$) dan diatas batas konservatif yang diterima ($p=0,10$); c).Nilai *incremental fit* diatas 0,90 yaitu untuk GFI, TLI, dan NFI; d).Nilai RMR dan RMSEA yang terendah.

3.8 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan teori dan studi empiric yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

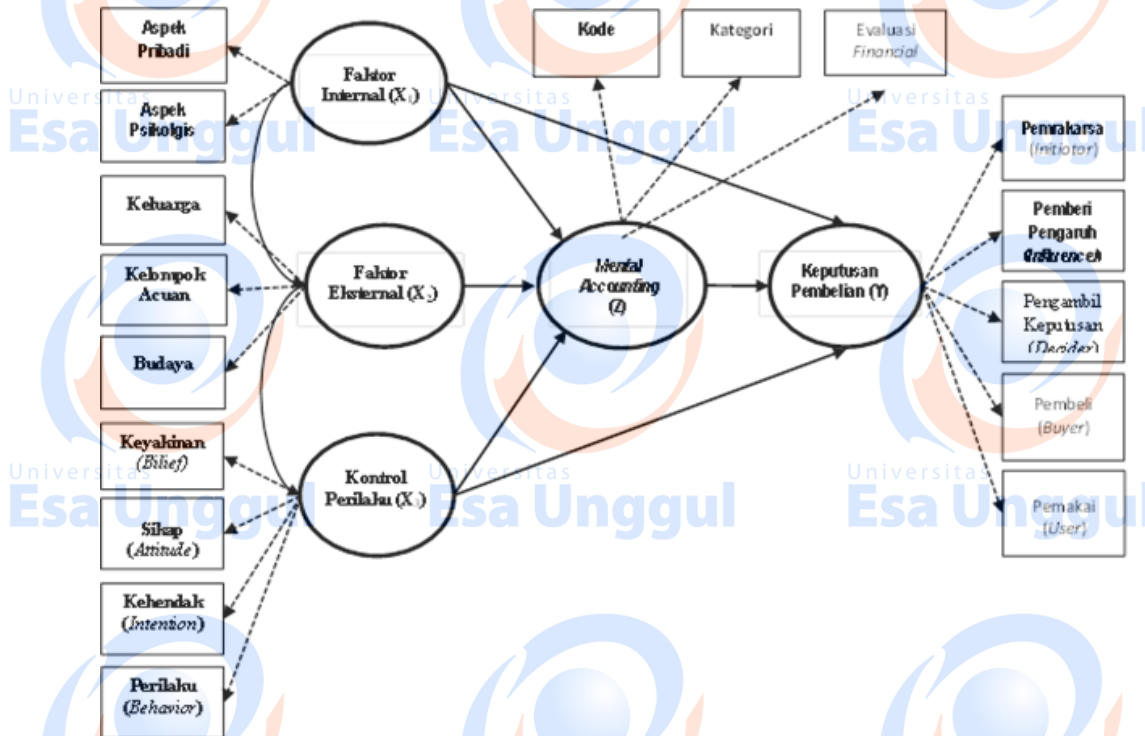
- H₁ : Diduga Faktor Internal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₂ : Diduga Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₃ : Diduga Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*
- H₄ : Diduga *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₅ : Diduga Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₆ : Diduga Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₇ : Diduga Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
- H₈ : Diduga *Mental Accounting* berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian
- H₉ : Diduga Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.

Sedangkan pengujian hipotesis tersebut di atas menggunakan alat ukur sebagai berikut :

Uji Analisis SEM (*Structural Equation Modeling*) melalui *AMOS*, pengujian ini digunakan untuk membuktikan apakah variable *Mental Accounting* merupakan variable intervening.

3.9 Model Perilaku Pasar Dalam Pembentukan Keputusan Pembelian Melalui Mental Accounting

Model penelitian yang diajukan dalam rangka menguji Metoda Tahapan Proses Pembentukan Keputusan Pembelian melalui *mental accounting* adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 : Model Penelitian

4. HASIL ANALISA DATA

4.1 Uji Instrumen.

Uji instrument penelitian (kuesioner) yang dipakai untuk menarik data primer kepada responden memiliki validitas dan reliabilitas, dan tingkat normalitas yang konsisten. Berikut ini dapat dilihat hasil pengujian yang dilakukan :

4.2 Uji Validitas.

Uji validitas terhadap kuesioner dilakukan untuk melihat apakah instrument yang akan dipakai valid untuk memperoleh data primer dari responden. Pengujian secara statistic dikatakan valid bila $\text{sig } r < 0.05$, dan tidak valid bila nilai $\text{sig } r > 0.05$. Dapat juga dilihat dengan melihat r hitung terhadap r tabel, bila r hitung $> r$ tabel (0.361) dikatakan valid, dan bila r hitung $< r$ tabel (0.361) dikatakan tidak valid. Dari hasil pengujian yang dilakukan terhadap setiap kuesioner memiliki nilai r hitung diatas 0.361 hal ini menunjukkan bahwa kuesioner valid dan dapat digunakan untuk menarik data yang dapat menggambarkan masalah sesungguhnya dari responden yang telah ditetapkan sesuai kriteria.

4.3 Uji Reliabilitas.

Hasil pengujian reliabilitas terhadap instrument penelitian diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* 0,827 dari N 38 item, ini menunjukkan bahwa instrument dari setiap variable memiliki konsistensi atau keandalan yang dapat dipercaya. Ketentuannya bila instrument dikatakan tidak reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* kurang dari 0,6. Berikut ini hasil pengujian secara statistic :

Tabel 4.1 Hasil Uji Reliabilitas
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,827	38

Sumber : Data diolah, 2018

4.4 Pengolahan Data dan Pembahasan.

Hasil analisa melalui SEM dengan AMOS seperti dalam tabel 5.2 dari 276 responden menunjukkan hasil bahwa Faktor Eksternal yang meliputi unsur keluarga, acuan dan budaya memiliki P-value 0.106, nilai ini lebih lebih besar dari 0.05. Berarti bahwa factor eksternal tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara langsung. Keterlibatan Faktor Eksternal dalam keputusan pembelian harus melalui *Mental Accounting*, terlihat dari hasil pengujian memiliki *P-value* signifikan sebesar 0.037. Faktor eksternal memiliki dampak iklim investasi DOC cukup tinggi karena dipengaruhi oleh biaya operasional yang sangat tinggi, misalnya ketersediaan obat-obatan dan pakan ayam yang sangat fluktuatif harganya. Dengan manajemen yang terkendali pada dasarnya asal tidak muncul import daging ayam dari luar pada dasarnya peternak pada saat panen masih margin walaupun sangat tipis. Akan tetapi situasi ini akan rusak mana kala tiba-tiba ada keputusan impor daging ayam dari luar. Beban yang cukup berat yang ditanggung oleh investor sekalipun iklim industrinya tidak kondusif karena factor eksternal adalah biaya operasional yang cukup tinggi, namun jika sistuasinya sangat kondusif maka margin yang yang dapat diraih oleh investor sangat tinggi karena tingkat kebutuhan ayam potong di pasar semakin meningkat. Untuk itu maka investor pada saat melakukan proses keputusan pembelian selalu mempertimbangkan factor *Mental Accounting* dalam upaya memaksimalkan produktifitas *financialnya*. Situasi ini diperkuat oleh bahwa hasil analisis yang menunjukkan bahwa *Mental Accounting* memiliki nilai *P-value* paling dominan secara langsung maupun tidak langsung dari Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.00.

Faktor Internal yang meliputi Aspek Pribadi dan Psikologi memiliki pengaruh yang signifikan baik secara langsung maupun melalui *Mental Accounting* dengan nilai *P-value* sebesar 0.00. Hal ini terjadi dikarenakan dorongan dalam diri investor terhadap upaya meningkatkan produktivitas investasinya yang sudah belanjakan berupa asset yang cukup besar dalam bentuk usaha peternakan ayam potong. Hal ini menunjukkan apabila factor internal meliputi Aspek Psikologi dan Aspek Pribadi ditingkatkan kenyakinannya maka keputusan pembelian *customer* akan turut meningkat. Peningkatan keputusan pembelian akan semakin intensif apabila informasi tentang *Mental Accounting* dapat memastikan bahwa tingkat resiko terhadap penurunan nilai investasinya terhadap DOC semakin kecil yang dapat dilihat dari analisis Faktor Eksternal. Adapaun efektifitas keputusan pembeliaannya akan berlangsung sesuai dengan tingkat resiko yang diperoleh dari analisis Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*.

Aspek Kontrol Perilaku yang terjadi pada investor DOC pada dasarnya sama seperti factor internal yaitu memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian baik secara langsung maupun tidak langsung. Dilihat dari hasil analisis pengaruh langsungnya dari Kontrol Perilaku terhadap Keputusan Pembelian memiliki nilai lebih dominan bila dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung (melalui *mental accounting*). Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya aspek Kontrol Perilaku memiliki kecenderungan agak mengabaikan aspek *mental accounting* bila situasi investasinya yang dipengaruhi oleh Aspek Eksternal cukup mendukung iklim investasi yang kondusif terhadap industry DOC. Namun apabila aspek/factor Eksternal memicu kondisi investasi berfluktuatif bahkan

memiliki tingkat resiko yang tinggi, maka keputusan pembelian investor DOC akan berlangsung melalui *Mental Accounting*.

Tabel 4.1. : Regression Weights P Value dari Signifikasi Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat.

Number of distinct sample moments: 276
 Number of distinct parameters to be estimated: 34
 Degrees of freedom (276 - 34): 242

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
FAKTOR_INTERNAL	<--- KP		1.535	.248	6.194	***	par_18
MENTAL_ACCOUNTING	<--- FAKTOR_EKSTERNAL		.586	.282	2.083	.037	par_1
MENTAL_ACCOUNTING	<--- FAKTOR_INTERNAL		-3.412	.709	-4.810	***	par_13
MENTAL_ACCOUNTING	<--- KP		7.062	1.476	4.785	***	par_17
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- MENTAL_ACCOUNTING		-4.689	2.100	-2.233	.026	par_9
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- FAKTOR_EKSTERNAL		3.049	1.887	1.616	.106	par_14
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- FAKTOR_INTERNAL		-17.013	8.079	-2.106	.035	par_15
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- KP		35.712	16.826	2.122	.034	par_16
HENDAK	<--- KP		.210				
LAKS	<--- KP		.840				
SIKAP	<--- KP		.830				
YAKIN	<--- KP		.420				
KEL	<--- FAKTOR_EKSTERNAL		.561	.274	2.049	.040	par_2
MD3	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.230				
MD4	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.310				
MD2	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.300				
MD1	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.350				
MD5	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.190				
MD6	<--- MENTAL_ACCOUNTING		.365				
PSIK3	<--- FAKTOR_INTERNAL		1.034	.197	5.242	***	par_3
PSIK2	<--- FAKTOR_INTERNAL		.720	.177	4.072	***	par_4
PSIK1	<--- FAKTOR_INTERNAL		1.000				
AP3	<--- FAKTOR_INTERNAL		.585	.179	3.266	.001	par_5
AP2	<--- FAKTOR_INTERNAL		.990	.256	3.868	***	par_6
AP1	<--- FAKTOR_INTERNAL		.915	.240	3.811	***	par_7
PEMB	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN		1.098	.283	3.886	***	par_10
PK	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN		.694	.264	2.628	.009	par_11
PEM	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN		1.000				
PP	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN		1.036	.297	3.490	***	par_12
BDY	<--- FAKTOR_EKSTERNAL		1.583	.729	2.171	.030	par_19
ACUAN	<--- FAKTOR_EKSTERNAL		1.000				

Sumber : Data diolah, 2018

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.

1. Faktor Internal berpengaruh signifikan terhadap *Mental Accounting*, artinya sekalipun secara pribadi dan psikologis investor ingin melakukan keputusan pembelian (investasi DOC) namun jika *Mental Accounting* berdasarkan analisa financialnya tidak menguntungkan maka investor DOC akan menunda investasinya.

2. Faktor Eksternal berpengaruh terhadap *Mental Accounting*, artinya jika factor eksternal sangat kondusif terhadap investasi DOC dan didukung kemampuan financial yang cukup maka investor DOC akan melakukan investasi.
3. Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap *Mental Accounting*, artinya semakin tinggi keyakinan dan kehendak yang didukung dengan hasil analisis keuangan (*mental accounting*) yang menunjang maka investor DOC akan melakukan investasi.
4. *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya bahwa jika hasil analisis mental akuntansi menunjukkan peningkatan utilitas financialnya di masa yang akan datang maka investor DOC akan melakukan keputusan pembelian, dan jika hasil analisisnya sebaliknya maka investor DOC akan menunda keputusan pembelian.
5. Faktor Internal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya bahwa bila semakin kuat pengaruh aspek pribadi dan aspek psikologis dalam analisis factor internal maka keputusan pembelian akan meningkat.
6. Faktor Eksternal tidak berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian, artinya apabila factor keuangan investor tidak menjadi ukuran tercapainya atau peningkatan utilitas financialnya maka investor tetap melakukan investasi DOC.
7. Kontrol Perilaku berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, artinya semakin tinggi keyakinan investor terhadap utilitas financialnya maka akan memperkuat sikap dan kehendak investor DOC untuk melakukan investasi DOC.
8. Faktor Eksternal berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian melalui *Mental Accounting*, artinya bila situasi factor eksternal tidak menentu dikerenakan naik turunnya harga-harga pakan ayam, obat-obatan ayam, dan imfort daging ayam melampaui batasan suplai dalam negeri maka investor tidak akan melakukan pembelian DOC.
9. *Mental Accounting* merupakan aspek/factor yang paling dominan terhadap pengaruh keputusan pembelian, artinya bahwa investor peternak ayam jika dihadapkan pada situasi Faktor Eksternal yang mengindikasikan peningkatan utilitas finacialnya sekalipun Faktor Internal dan Kontrol Perilaku mendesak untuk membeli DOC, maka pada akhirnya investor peternak ayam potong akan menunda keputusan pembelian DOC untuk dibesarkan menjadi ayam potong.
10. Novelty penelitian memperbaiki Tahapan Proses Keputusan Pembelian dari 5 tahap menjadi 6 tahap. Terkoreksi pada tahap sebelum tahap Ke-4 terdapat *Mental Accounting*. Jadi Tahapan proses keputusan pembelian pada dasarnya dari 5 menjadi 6 tahap; **Pertama**, Pengenalan Masalah; **Kedua**, Pencarian Informasi; **Ketiga**, Evaluasi Alternative; **Keempat**, *Mental Accounting*; **Kelima**, Keputusan Pembelian; **Keenam**, Perilaku Purna Pembelian.

5.2 Saran.

1. Karena terbukti bahwa *Mental Accounting* sebagai factor intervening dari pengaruh Faktor Eksternal terhadap Keputusan Pembelian DOC, maka bagi investor DOC agar tidak terlalu over supali maka pada saat mau memproduksi DOC harus selalu menganalisis perkembangan factor eksternal terutama naik turunnya atau kesetabilan harga dan ketersediaan pakan ayam, obat-obatan ayam, dan kebijakan impor daging ayam dari luar. Jika hal tersebut tidak menentu maka perlu dibatasi produksi DOC.
2. Mengingat bahwa *Mental Accounting* merupakan factor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian, maka sekuat apun dorongan investasi investor peternak ayam potong dari unsur Faktor Internal dan Kontrol Perilaku, maka investor DOC harus tetap selektif dalam menentukan kapasitas produksi DOC-nya. Sehingga tidak menyebabkan

kerugian yang besar dan tentunya dapat dihindari lemahnya penyerapan DOC oleh investor peternak ayam potong.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek dan Fishbein, Martin (2005) Theory-based Behavior Change Interventions: Comments on Hobbis and Sutton. *Journal of Health Psychology* Vol. 10, No. 1, 27–31
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, p. 179-211.
- Arrozi Adhikara, MF., 2014. *Model Perilaku Mental Accounting pada Investor Individu Bursa Efek Indonesia*. <http://www.esaunggul.ac.id/article/mental-accounting-investor-di-bursa-efek-indonesia/>, Jakarta.
- Cheema, Amar; Soman, Dilip (2006-01-01). "*Malleable Mental Accounting: The Effect of Flexibility on the Justification of Attractive Spending and Consumption Decisions*". *Journal of Consumer Psychology* **16** (1): 33–44. doi:10.1207/s15327663jcp1601_6
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & IMC, Second Edition*. McGraw-Hill, Inc. Inggris, Bab 5.
- Hartono, 2013. Ratusan Peternak Unggas Mendatangi Kementerian Pertanian. Kompas.com, Jakarta.
- Kim, HM., 2006. *The effect of salience on mental accounting: how integration versus segregation of payment influences purchase decisions*. *Journal of Behavioral Decision Making*, Volume 19, Issue 4, pages 381-391, October 2006, John Wiley & Son, Ltd
- Kincaid, Judith. 2003. *Customer Relationship Management: Getting it Right*. Prentice-Hall, Inc. Inggris, Page 298.
- Kotler, P., Keller K.L., 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kahneman, D., & Thaler R.H. (2006). Anomalies: Utility maximization and experienced utility. *Journal of Economic Perspectives*, 20, 221-234.
- Mahastanti, LA., 2012. *Mental Accounting dan Variabel Demografi : Sebuah Fenomena Pada Penggunaan Kartu Kredit*. *Kinerja-Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Terakreditasi SK No.68a/DIKTI/Kep/2010, Volume 16 No.2 September 2012, ISSN 0853-6627, Yogyakarta.
- Olson, Jerry and Paul Peter. 2008. *Consumer Behavior & Marketing Strategy, 7th edition*. New York: McGraw Hill.
- Slovic, Paul, 1995, The Construction of Preference, *Journal American Psychologist*, pp.364-371
- Scott, William R., 2011. *Financial Accounting Theory*, 6th ed, Toronto Pearson Education Canada Inc.
- Sciffman, Leon., and Leslie Lazar Kanuk (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi 7, Penerbit PT Indeks, Jakarta.
- Safaria, T., 2004. *Terafi Kognitif*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Thaler, Richard H., 1985, Mental Accounting and Consumer Choice, *Marketing Science* 4, pp. 199-214.
- Tjiptono, Fandy (2008). *Staregi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta : C.V Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya, 2006. *Manajemen Riset Strategi dan Implementasi Riset Moderen*. Salemba Empat, Jakarta.