

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN MEMBELI SEPATU
OLAHRAGA BOLA VOLI MEREK MIZUNO
(STUDI KASUS PADA CLUB BOLA VOLI AHMAD DAHLAN
PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Binti Shoqibul Janah
NIM : 11412634
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

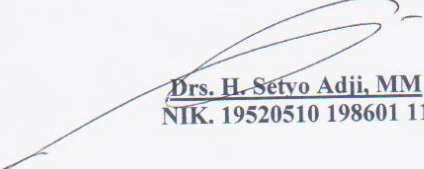
HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
Dalam Keputusan Membeli Sepatu Olahraga Merek Mizuno
(Studi Kasus Pada Club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo)
Nama : Binti Shoqibul Janah
NIM : 11412634
Program Studi : Manajemen

Isi dan format disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
Diuji guna memperoleh Gelar Sarjana Program Starta Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 30 Desember 2015

Pembimbing I


Drs. H. Setyo Adji, MM
NIK. 19520510 198601 11

Pembimbing II


Hadi Sumarsono, SE, M. Si
NIK. 19760508 200501 11

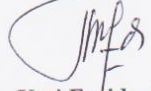
Mengetahui


Ketua Dekan Fakultas Ekonomi


Titi Rapini, SE, MM.
NIK. 19630505 19900320 03

Dosen Penguji :


Drs. H. Setyo Adji, MM
NIK. 19520510 198601 11


Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13


Edi Santoso, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12

RINGKASAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang paling mempengaruhi dalam keputusan pembelian yaitu, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor pribadi dalam memutuskan pembelian sepatu olahraga bola voli merek Mizuno (studi kasus pada club bola voli Ahmad Dahlan Ponorogo), dan menganalisis faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Populasi dalam penelitian ini adalah anggota club bola voli Ahmad Dahlan yang menggunakan sepatu olahraga bola voli merek Mizuno sejumlah 30 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian melakukan pemilihan unit sampling dilakukan dengan mempertimbangkan syarat-syarat yang telah ditetapkan sebelumnya. Metode analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis regresi berganda. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reabilitas, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji f dan determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,691 - 0,074 X_1 - 0,415 X_2 + 1,172 X_3 + 0,494 X_4$$

Maksud dari persamaan tersebut adalah (a) pada saat variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologi, faktor pribadi tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka Keputusan Pembelian sebesar 2,691. (b) apabila faktor kebudayaan produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik

sebesar - 0,074, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan. (c) apabila variabel faktor sosial naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,041, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan. (d) apabila variabel persepsi nilai naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 1,172, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan. (e) apabila variabel faktor pribadi naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,494, dimana faktor lainnya dalam keadaan konstan.

Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan nilai *adjusted R square* pada tabel model summary adalah 0,336. Hal ini berarti 33,6% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor budaya. Sedangkan sisanya yaitu 66,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji parsial “t” diketahui variabel X_1 diperoleh sebesar -285 dan diketahui nilai t tabel sebesar 1,705. Maka t hitung $(-285) > t$ tabel (1,705) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara Faktor kebudayaan terhadap keputusan pembelian.

Untuk variabel X_2 diperoleh sebesar -1,309 dan diketahui nilai t tabel sebesar 1,705. Maka t hitung $(-1,309) < t$ tabel (1,705) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

Untuk variabel X_3 diperoleh sebesar 3,397 dan diketahui nilai t tabel sebesar 1,705. Maka t hitung(3,397) > t tabel (1,705) yang berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor psikologi terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesa alternative (H_a) diterima.

Untuk variabel X_4 diperoleh sebesar 1,647 dan diketahui nilai t tabel sebesar 1,705. Maka t hitung(1,647) > t tabel (1,705) yang berarti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan, sehingga hipotesa alternative (H_a) diterima.

Hasil dari pengujian hipotesis menggunakan uji serempak “ F ” diperoleh hasil F hitung sebesar 4,675 dan F tabel sebesar 2,69. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa F hitung > F tabel, yang berarti variable faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor pribadi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil al-'alamin.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa menganugerahkan segala nikmat dan rahmat serta kekuatan lahir dan batin kepada penulis, sehingga pada saat ini penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Membeli Sepatu Olahraga Bola Voli Merek Mizuno (Studi Kasus Pada Club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo).”** Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, bersama keluarga dan seluruh sahabat-sahabatnya serta orang-orang yang selalu taat akan perintah-Nya.

Penulis menyadari bahwa banyak sekali hambatan yang dilalui dalam proses penyusunan skripsi ini. Tetapi atas bantuan serta dorongan dari berbagai pihak, baik berupa bimbingan, arahan, dukungan moril maupun materil, akhirnya hambatan tersebut dapat terlewati sehingga tersusunlah skripsi ini meskipun masih jauh dari kata sempurna. Dengan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada yang terhormat:

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Drs. H. Setyo Adji, MM selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Hadi Sumarsono, SE, M, Si selaku Dosen Pembimbing II yang turut memberikan petunjuk, saran dan bimbingan dalam menyusun skripsi ini.

3. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat.
4. Seluruh staf tata usaha dan karyawan yang telah membantu dalam pengurusan ijin penelitian skripsi.
5. Semua pihak dari Club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi.
6. Bapak dan Ibu yang selalu memberikan motivasi, nasihat, semangat, doa yang tiada henti, dukungannya selama ini kasih sayang yang telah diberikan kepada saya.
7. Segenap keluarga besar Manajemen A 2011 tercinta, terimakasih banyak atas supportnya, kebersamaan selama duduk di bangku kuliah itu semua akan menjadi pengalaman yang tidak akan pernah saya lupakan.
8. Semua pihak yang spesial yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas semuanya.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT, penulis memohon semoga berkenan melimpahkan segenap anugerah dan karunia- Nya kepada beliau semua atas segala ketulusan budi yang telah dicurahkan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Karenanya penulis menerima kritik dan saran membangun guna perbaikan dan penyempurnaan.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan umumnya. *Amin Yarabb al-'alamin.*

Ponorogo, 04 Oktober 2015

Penulis

BINTI SHOQIBUL JANAH
11412634




PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis disuatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo 04 Oktober 2015

Penulis


METERAI
TEMPEL
3827CADF560153029
6000
ENAM RIBU RUPIAH
BINTI SHOOIBUL JANAH
NIM 11412634

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Bacalah dengan nama tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah dan tuhanmulah yang maha pemurah. Yang mengajarkan dengan dalam. Dialah yang mengajar manusia segala yang belum diketahui.”

(Q,S Al-Alaq : 1-5)

Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua.

(Aries Toteles)

Ku olah kata, kubaca makna, kuikat dalam alinea, kubingkai dalam bab sejumlah lima, jadilah mahakarya, gelar sarjana kuterima, orangtua, calon suami dan calon mertua pun bahagia.

“Lebih baik terlambat daripada tidak wisuda sama sekali”

“Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi dan saya menang”

Karya kecilku ini kupersembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tua ku yang tak henti-hentinya mendoakan dan member semangat untuk segera menyelesaikan skripsi ini.***
- ❖ Seluruh keluarga besarku yang selalu mendukung dan memberikan semangatnya kepadaku dalam menyelesaikan studiku selama ini.***

ALMAMATERKU TERCINTA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TEMPAT AKU MENIMBA ILMU

2015

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR	ix
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	10

2.1.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku	
Konsumen	11
2.1.2.3 Proses Pengambilan Keputusan.....	21
2.1.2.3.1 Peran Pembeli	21
2.1.2.3.2 Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian .	25
2.1.3 Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen Terhadap	
Keputusan Pembelian	28
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Kerangka Pemikiran	31
2.4 Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN DAN METODE ANALISIS DATA	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	34
3.2 Populasi dan Sampel	34
3.2.1 Populasi	34
3.2.2 Sampel	34
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.3.1 Jenis Data	35
3.3.2 Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Definisi Operasional Variabel	39
3.5.1 Definisi Operasional	39
3.6 Metode Analisis Data	41
3.6.1 Uji Instrument	42

3.6.1.1 Uji Validitas	42
3.6.1.2 Uji Reabilitas	42
3.6.2 Analisis Regresi Linier Berganda	43
3.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	44
3.6.4 Uji Hipotesa	44
3.6.4.1 Uji F	44
3.6.4.2 Uji t	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Profil Club Bola Voli Ahmad Dahlan Ponorogo	46
4.1.2 Gambaran Umum Responden	47
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.3 Hasil Analisis Data	60
4.3.1 Uji Instrument	60
4.3.1.1 Uji Validitas	60
4.3.1.2 Uji Reabilitas	63
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.3.3 Analisis Koefisien Determinasi	67
4.3.4 Uji Hipotesa	68
4.3.4.1 Uji t	68
4.3.4.2 Uji F	73
4.4. Pembahasan Umum	76
4.4.1 Pengaruh Faktor Kebudayaan terhadap Keputusan	

Pembelian.....	76
4.4.2 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian	77
4.4.3 Pengaruh Faktor Psikologi terhadap Keputusan Pembelian ..	78
4.4.4 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	

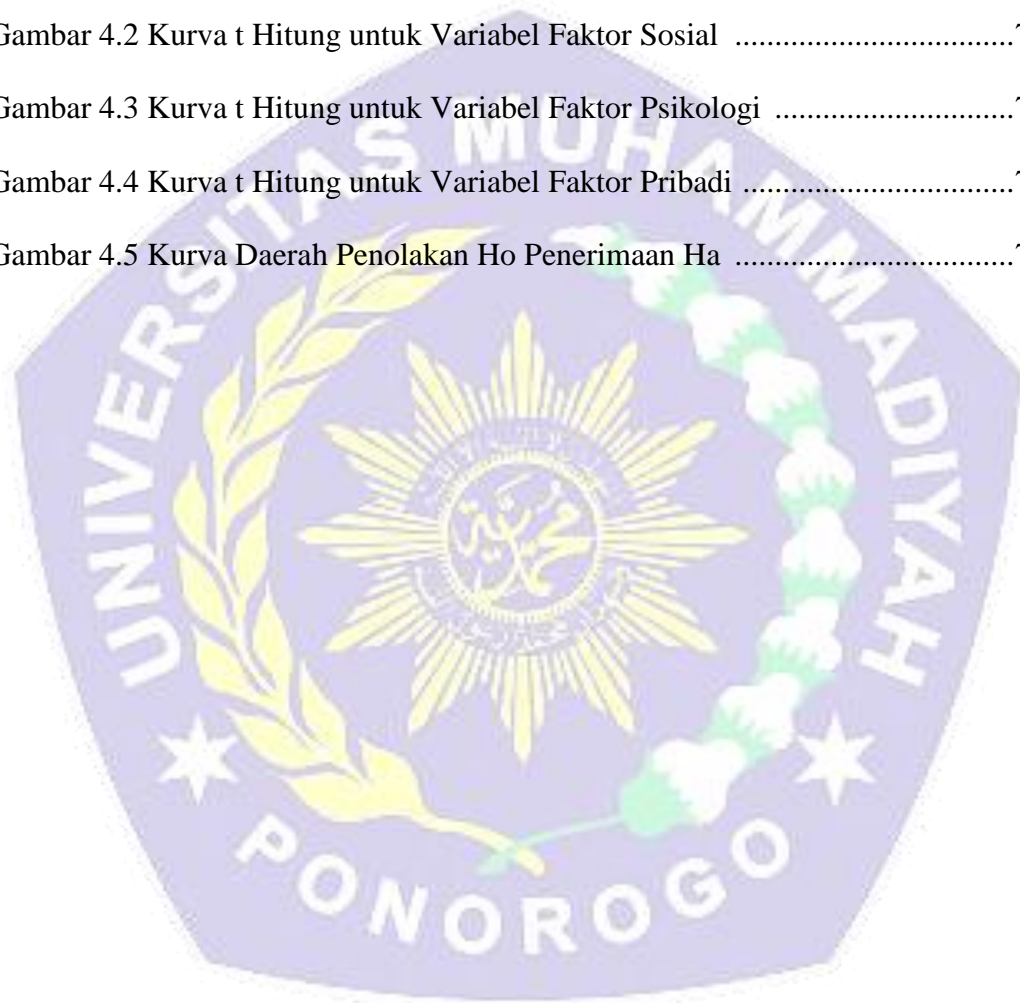


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tingkat Penilaian Jawaban.....	36
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.2	Responden berdasarkan berapa lama menggunakan sepatu.....	48
Tabel 4.3	Responden berdasarkan memiliki sepatu bola voli selain merek Mizuno	49
Tabel 4.4	Responden berdasarkan apa merek sepatu bola voli yang dimiliki selain merek Mizuno	50
Tabel 4.5	Tanggapan responden mengenai variabel faktor kebudayaan.....	51
Tabel 4.6	Tanggapan responden mengenai variabel faktor sosial.....	53
Tabel 4.7	Tanggapan responden mengenai variabel faktor psikologi.....	55
Tabel 4.8	Tanggapan responden mengenai variabel faktor pribadi	56
Tabel 4.9	Rata-rata Variabel (X).....	58
Tabel 4.10	Tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian (Y).....	59
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas.....	61
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Reabilitas	63
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel 4.15	Hasil Uji t (Uji Parsial)	69
Tabel 4.16	Hasil Uji f (Uji Serempak)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	25
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	32
Gambar 4.1 Kurva t Hitung untuk Variabel Faktor Kebudayaan	70
Gambar 4.2 Kurva t Hitung untuk Variabel Faktor Sosial	71
Gambar 4.3 Kurva t Hitung untuk Variabel Faktor Psikologi	72
Gambar 4.4 Kurva t Hitung untuk Variabel Faktor Pribadi	73
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penolakan H_0 Penerimaan H_a	75



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	85
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuisoner	90
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data	92
Lampiran 4. Tabel Uji F	102
Lampiran 5. Tabel Uji T	107
Lampiran 6. Tabel r	108

