

**STUDI KOMPARASI PENGARUH PERAN KELOMPOK RUJUKAN
(REFERENCE GROUP) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINYAK RAMBUT JENIS POMADE STUDI PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DENGAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH PONOROGO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Hananda Agung Prasetyo Wibowo

NIM : 12412811

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Studi Komparasi Pengaruh Peran Kelompok Rujukan
(Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Minyak
Rambut Jenis Pomade Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Dengan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
Nama : Hananda Agung Prasetyo Wibowo
NIM : 12412811
Program Studi : Manajemen

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

Ponorogo, 9 September 2016

Pembimbing I



(Titi Rapini, SE., MM.)
NIP. 19630505 199003 2 003

Pembimbing II



(Edi Santoso, SE., MM.)
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE., MM.)
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji



(Titi Rapini, SE., MM.)
NIP. 19630505 199003 2 003



(Sujiono, SE., MM.)
NIK. 19560616 198909 12



(Naning Kristiana, SE., MM.)
NIK. 19750921 200309 14

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pembelian Minyak rambut Jenis Pomade dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan penelitian dengan mengambil sampel sebanyak 47 orang Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan 33 orang Mahasiswa Fakultas Teknik. Model analisis yang digunakan adalah model Analisis Regresi Berganda yang kemudian di bandingkan dari hasil perolehan regresi antara Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Teknik, yang dibantu dengan program SPSS for 16.0.

Hasil Penelitian yang di lakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Fakultas Teknik yang menggunakan Pomade menunjukkan hasil Pengaruh Kelompok Persahabatan Pada Fakultas Ekonomi 0.031 dan 0.075 pada Fakultas Teknik, Pengaruh Kelompok Belanja Pada Fakultas Ekonomi sebesar 0.498 dan 0.412 pada Fakultas Teknik, Pengaruh Kelompok Masyarakat Maya pada Fakultas Ekonomi sebesar 0.381 dan -0.186 pada Fakultas Teknik, dan Pengaruh Kelompok Pegiat Konsumen pada Fakultas Ekonomi sebesar -0.124 dan 0.568 pada Fakultas Teknik. Hasil di atas menunjukkan perbedaan yang mencolok yang dapat dibandingkan kekuatan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. Dan dapat kita simpulan bahwa Kelompok Rujukan berpengaruh baik di Fakultas Ekonomi dan Fakultas Teknik walaupun dengan pengaruh yang berbeda dari tiap variabelnya.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah member rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dengan lancar dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **Studi Komparasi Pengaruh Peran Kelompok Rujukan (Reference Group) Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Rambut Jenis Pomade Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dengan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

Penulis menyadari bahwa keberhasilan penulisan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan yang intensif dari pembimbing. Serta tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materil, untuk itu penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H.Sulton, M.Si rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memimpin Universitas Muhammadiyah Ponorogo ini menuju perubahan dan kesuksesan.
2. Titi Rapini, SE, MM selaku dekan Fakultas Ekonomi sekaligus dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Hadi Sumarsono, SE, M.Si selaku kaprodi manajemen
4. Edi Santosa, SE,MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen serta staf Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu demi kelancaran studi penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
6. Orang tua yang selalu memberikan semangat, do'a dan kasih sayang. Dan seluruh keluarga yang juga telah mendoakan selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan manajemen A 2012
8. Teman-teman manajemen angkatan 2012/2013
9. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang juga turut serta membantu penulis.

Semoga Allah Swt membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis jauh lebih baik dari yang penulis terima, untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari walaupun telah berusaha semaksimal mungkin dalam penulisan skripsi ini namun masih jauh dari sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah swt semata. Maka dari itu saran dan kritik yang bersifat membangun akan penulis terima dengan tangan terbuka dan senang hati demi kesempurnaan skripsi di masa yang akan datang.

Ponorogo, 9 September 2016

Penulis

HANANDA AGUNG P.W

**PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN**

Saya yang bertanda tangan 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 di suatu institusi pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis / diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 9 September 2016



HANANDA AGUNG P.W
NIM. 12412811

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran untuk ku dalam mengerjakan skripsi ini.

Pertama skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua orang tua saya Bapak Teguh Wibowo dan Ibu Aisyah, karena atas Doa mereka yang tiada henti dan perjuangan mereka yang membuat saya selalu semangat dan optimis dalam menjalani setiap fase kehidupan, terima kasih kepada mereka berdua malaikat tak bersayap yang selalu berjuang untuk anak kecil mu ini yang sudah tumbuh dewasa. Terima kasih untuk semua perjuangannya. Kalian sudah menjadi Ibu dan Ayah terhebat dan terbaik yang pernah ada. Terima kasih, terima kasih dan terima kasih untuk Ibu dan Ayah. ☺ ☺

Kedua aku persembahkan pada kedua kakak ku Putri dan Adi yang selalu memberikan bantuan dan dukungan di saat semangat ini mulai terkuras. Kalian saudara terhebat yang kumiliki. ☺ ☺

Ketiga kepada semua teman seperjuangan yang selama menempuh kuliah (Manajemen A 2012) ini yang tidak bisa ku ucapkan satu-persatu terima kasih atas dukungannya. Dan juga teman-teman dekat yang selalu mendukung dan mengingatkan ketika salah, Grup Putra-putri Bu Titi grup yang selalu canda dan tawa dan semoga akan selalu kompak dan selalu terjaga persahabatan kita. ☺ ☺

MOTTO

**Orang yang berakal ialah orang yang memperhitungkan keadaan dirinya dan suka beramal untuk mencari bekal sesudah matinya, Sedangkan orang yang lemah ialah orang yang dirinya selalu mengikuti hawa nafsunya dan mengharap-harapkan kemurahan atas Allah (yakini mengharap kebahagiaan dan pengampunan di akhirat) tanpa beramal Shalih
(HR TIRMIDZI)**

*Bukan tentang ingin melakukan sesuatu yang bisa kau lakukan, melainkan apa yang ingin kau lakukan,
Bukan tentang menjadi seorang, melainkan dirimu ingin menjadi seperti apa.*

Jika diam Adalah Emas maka Reaksi akan Setara dengan Berlian

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan.....	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Lembar Persembahan.....	vii
Motto.....	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1.Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3.Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Tujuan Penelitian.....	8
1.4.2. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1.Menajemen Pemasaran	10
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.2 Konsep Pemasaran	11
2.1.2. Perilaku konsumen.....	12
2.1.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.1.3. Keputusan Pembelian.....	23
2.2. Hubungan Antar Variabel	26
2.2.1 Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian	26
2.3. Penelitian Terdahulu	27

2.4. Kerangka Pemikiran.....	28
2.5. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	31
3.2. Populasi Dan Sampel Penelitian	31
3.2.1. Populasi.....	31
3.2.2. Sampel.....	32
3.3. Metode Pengumpulan Data	34
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4.1. Variabel Bebas (X).....	35
3.5.2. Variabel Terikat (Y).....	38
3.5. Metode Analisis Data.....	39
3.5.1. Skala Pengukuran.....	39
3.5.2. Analisis Kuantitatif	40
3.5.2.1 Uji Kualitas Data.....	40
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	42
3.1.3 Uji Regresi Berganda.....	43
3.5.5. Uji T (Uji Parsial)	44
3.5.6. Uji F (Uji Serempak)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Diskriptif Objek Penelitian	47
4.1.1. Sejarah Singkat UNMUH Ponorogo.....	47
4.1.2. Visi, Misi dan Tujuan UNMUH Ponorogo.....	50
4.1.3 Profil Fakultas Ekonomi	52
4.1.4 Profil Fakultas Teknik.....	54
4.1.5 Gambaran Responden	56
4.1.5.1 Data Responden Berdasarkan usia	56
4.1.5.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
4.2.1. Deskripsi Variabel Kelompok Persahabatan	58
4.2.2. Deskripsi Variabel Kelompok belanja	64

4.2.3 Deskripsi Variabel Kelompok Masyarakat Maya.....	70
4.2.4 Deskripsi Variabel Kelompok Pegiat Konsumen	76
4.2.5 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian	82
4.3 Hasil Analisis Data	88
4.3.1 Uji Instrumen	88
4.3.1.1 Uji Validitas.....	88
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	92
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	94
4.3.2.1 Multikolineritas	94
4.3.2.2 Heteroskedastisitas	96
4.3.2.3 Autokorelasi.....	98
4.3.2.4 Normalitas	99
4.3.2.5 Linieritas.....	101
4.3.3 Uji Regresi Berganda.....	103
4.3.4 Pengujian Hipotesis	107
4.3.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	107
4.3.4.2 Uji t (uji Parsial)	110
4.3.5 Analisis Koefisien Determinasi	119
4.4. Pembahasan.....	121
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	130
5.2. Saran.....	131
5.2.1. Bagi Perusahaan.....	131
5.2.2. Bagi Penelitian Selanjutnya	132
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Lima Jenis Kelompok Acuan serta Karakteristiknya.....	21
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Teknik.....	31
Tabel 3.2 Kriteria Skor Penilaian.....	39
Tabel 4.1 Jurusan di UNMUH Ponorogo.....	49
Tabel 4.2 Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi.....	52
Tabel 4.3 Jurusan Fakultas Ekonomi.....	53
Tabel 4.4 Mahasiswa Aktif Fakultas Teknik.....	54
Tabel 4.5 Sample penelitian.....	57
Tabel 4.6 Variabel Kelompok Persahabatan Fakultas Ekonomi.....	58
Tabel 4.7 Variabel Kelompok Persahabatan Fakultas Teknik.....	61
Tabel 4.8 Variabel Kelompok belanja Fakultas Ekonomi.....	64
Tabel 4.9 Variabel Kelompok belanja Fakultas teknik.....	67
Tabel 4.10 Variabel Kelompok Masyarakat Maya Fakultas Ekonomi.....	70
Tabel 4.11 Variabel Kelompok Masyarakat Maya Fakultas Teknik.....	73
Tabel 4.12 Variabel Kelompok Pegiat Konsumen Fakultas Ekonomi.....	76
Tabel 4.13 Variabel Kelompok Pegiat Konsumen Fakultas Teknik.....	79
Tabel 4.14 Variabel Keputusan Pembelian Fakultas Ekonomi.....	82
Tabel 4.15 Variabel Keputusan Pembelian Fakultas Teknik.....	85
Tabel 4.16 Uji Validitas Fakultas Ekonomi.....	89
Tabel 4.17 Uji Validitas Fakultas Teknik.....	90
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Fakultas Ekonomi.....	92
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Fakultas Teknik.....	93

Tabel 4.20 Uji Multikolinieritas Fakultas Ekonomi	94
Tabel 4.21 Uji Multikolinieritas Fakultas Teknik.....	95
Tabel 4.22 Uji Autokorelasi Fakultas Ekonomi.....	98
Tabel 4.23 Uji Autokorelasi Fakultas Teknik.....	99
Tabel 4.24 Uji Linieritas Fakultas Ekonomi.....	101
Tabel 4.25 Uji Linieritas Fakultas Teknik.....	102
Tabel 4.26 Uji Regresi Linier Berganda Fakultas Ekonomi.....	103
Tabel 4.27 Uji Regresi Linier Berganda Fakultas teknik.....	105
Tabel 4.28 Uji f Fakultas Ekonomi.....	107
Tabel 4.29 Uji f Fakultas Teknik.....	109
Tabel 4.30 Uji t Fakultas Ekonomi.....	111
Tabel 4.31 Uji t Fakultas Teknik.....	115
Tabel 4.32 Determinasi Fakultas Ekonomi.....	119
Tabel 4.33 Determinasi Fakultas Teknik.....	120
Tabel 4.34 Komparasi Regresi Linier Berganda.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas Fakultas Ekonomi.....	96
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Fakultas Teknik.....	97
Gambar 4.3 Uji Normalitas Fakultas Ekonomi.....	100
Gambar 4.4 Uji Normalitas Fakultas Teknik.....	100
Gambar 4.5 Ftest Fakultas Ekonomi.....	108
Gambar 4.6 Ftest Fakultas Teknik.....	109
Gambar 4.7 Uji t Kelompok Persahabatan Fakultas Ekonomi.....	111
Gambar 4.8 Uji t Kelompok Belanja Fakultas Ekonomi.....	112
Gambar 4.9 Uji t Kelompok Masyarakat Maya Fakultas Ekonomi.....	113
Gambar 4.10 Uji t Kelompok Pegiat Konsumen Fakultas Ekonomi.....	114
Gambar 4.11 Uji t Kelompok Persahabatan Fakultas Teknik.....	115
Gambar 4.12 Uji t Kelompok Belanja Fakultas Teknik.....	116
Gambar 4.13 Uji t Kelompok Masyarakat Maya Fakultas Teknik.....	117
Gambar 4.14 Uji t Kelompok Pegiat Konsumen Fakultas teknik.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3. Hasil Analisis SPSS

Lampiran 4. Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5. Tabel Angka Nilai r

Lampiran 6. Tabel Nilai Distribusi t

Lampiran 7. Tabel Nilai Distribusi f

