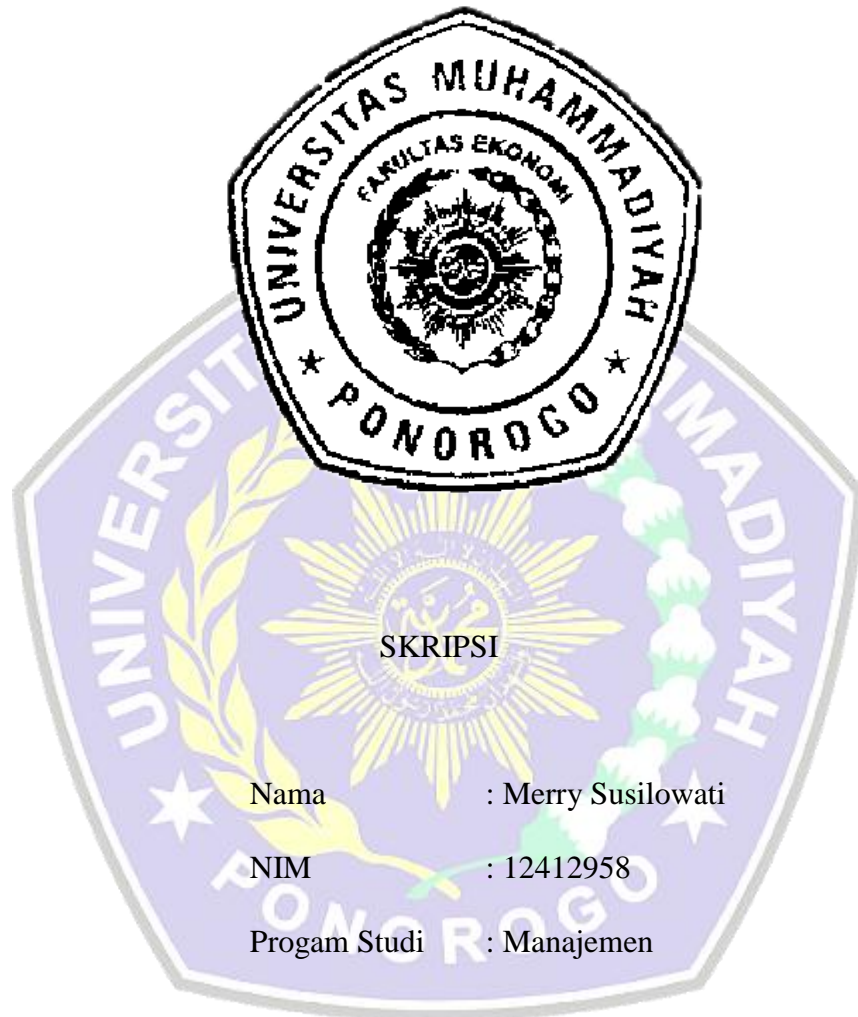


**ANALISIS PENGARUH VARIABEL SEGMENTASI PSIKOGRAFIS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TELKOM
INDIHOME TRIPLE PLAY DI PT TELKOM PONOROGO**



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul: Analisis : Analisis Pengaruh Variabel Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Telkom Indihome Triple Play Di PT Telkom Ponorogo.

Nama : Merry Susilowati

N I M : 12412958

Program Study: Manajemen

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

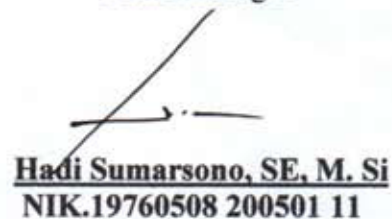
Ponorogo, 14 September 2016

Pembimbing I



Sujiono, SE, MM
NIK. 19560616 198909 12

Pembimbing II



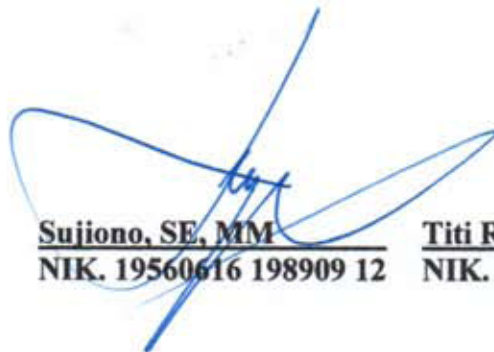
Hadi Sumarsono, SE, M. Si
NIK.19760508 200501 11

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM
NIK.19630505 199001 11

Dosen Penguji :



Sujiono, SE, MM
NIK. 19560616 198909 12



Titi Rapini, SE, MM
NIK. 19630505 199001 11



Sukmono H. Hutojo, SE, MM
NIK.19510830 199903 14

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian produk telkom Indihome Triple Play. (2) Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk telkom Indihome Triple Play. (3) Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian produk telkom Indihome Triple Play. (4) Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian produk telkom Indihome Triple Play. (5) Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian produk telkom Indihome Triple Play.

Lokasi dalam penelitian ini adalah PT Telkom Ponorogo jalan Sultan Agung No.23 Kecamatan Ponorogo Kabupaten Ponorogo. Jumlah populasi dalam penelitian ini diambil dalam 1 bulan periode penelitian konsumen yang melakukan pembelian Indihome Triple Play pada tanggal 1 sampai tanggal 30 juni 2016 yaitu 274 konsumen.. Sedangkan sampel menggunakan *accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 73 konsumen, perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin yaitu $n = \frac{N}{1+N\alpha^2}$. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisisioner yang di uji menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data menggunakan Koefisien Determinasi, uji Regresi Linier Berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Berdasarkan hasil analisis dengan Koefisien Determinasi terhadap variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian diperoleh hasil sebesar 0,685 sebesar 68,5%. Hal ini berarti pengaruh dari variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian terhadap keputusan pembelian adalah 68,5%. Pengujian hipotesis dengan uji F diperoleh hasil sebesar 20,311 dimana dari data F_{tabel} diketahui sebesar 2,74. Maka disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang berarti variabel kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Pengujian hipotesis dengan uji t diperoleh hasil, untuk variabel Kelas sosial (X1) diperoleh nilai t hitung 4,319 > t tabel 1,671 dan nilai signifikan (sig.) 0,000 < 0,05. Variabel gaya hidup (X2) diperoleh t hitung 2,696 > t table 1,671 dan nilai signifikan (sig.) 0,009 < 0,05. Variabel kepribadian (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,950 > t table 1,671 dan nilai signifikan (sig.) 0,004 < 0,05.

Kata kunci : Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kepribadian, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat serta nikmat yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Segmentasi Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telkom Indihome Triple Play di PT Telkom Ponorogo”. Penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat dukungan, bantuan dan masukan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis hendak mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Drs. Sulton, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo
3. Ibu Dra. Umi Farida, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. Sujiono, MM., selaku pembimbing I dan Bapak Hadi Sumarsono,SE, selaku pembimbing II
5. Bapak Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memeberikan bekal ilmu pengetahuan selama studi.
6. Seluruh pegawai PT Telkom Ponorogo.

7. Teristimewa kedua orang tuaku Bapak Ibu, serta keluarga tercinta.
8. Teman-teman terbaik dan teman teristimewa.
9. Rekan-rekan Mahasiswa dan Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya Manajemen D angkatan 2012.
10. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat memberikan ilmu dan manfaat yang berguna bagi peneliti lain dan semua pihak.



Ponorogo, 20 Agustus 2016

Penulis

MERRY SUSILOWATI

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 pedapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 20 Agustus 2016



(Merry Susilowati)

12412958

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Pengesahan	i
Abstrak	ii
Kata Pengantar	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Batasan Masalah	8
1.3. Perumusan 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. Manajemen	10
2.1.1.1. Pengertian Manajemen	10

2.1.1.2. Fungsi-fungsi Manajemen	11
2.1.2. Pemasaran	12
2.1.3. Manajemen Pemasara	13
2.1.4. Bauran Pemasaran	14
2.1.5. Konsumen	16
2.1.6. Segmentasi	16
2.1.7. Variabel Segmentasi Psikografis	19
2.1.6.1. Kelas Sosial	20
2.1.6.2. Gaya Hidup	22
2.1.6.3. Kepribadian	23
2.1.7. Perilaku Konsumen	24
2.1.7.1. Faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen	26
2.1.8. Keputusan Pembelian	29
2.1.8.1. Tahap-tahap proses keputusan pembelian	29
2.2. Penelitian Terdahulu	31
2.3. Hubungan Setiap Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen	33
2.3.1. Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3.3. Pengaruh Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian	34

2.4. Kerangka Pemikiran.....	35
2.5. Hipotesis	36

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	37
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1. Populasi.....	37
3.2.2. Sampel.....	38
3.3. Metode Pengambilan Data	39
3.3.1. Angket(kuesioner).....	39
3.3.2. Wawancara.....	40
3.4. Definisi Operasional Variabel	40
3.4.1. Variabel Bebas(Variabel independen)	41
3.4.2. Variabel Terikat (Variabel Dependent)	42
3.5. Metode Analisis Data	43
3.5.1. Uji Instrumen	43
3.5.1.1. Uji Validitas	43
3.5.1.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.5.1.3. Analisis Regresi Berganda	43
3.5.1.4. Koefisien Determinasi	44

3.5.2. Uji Hipotesis	45
3.5.2.1. Uji t	45
3.5.2.2. Uji f	46

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PT Telekomunikasi Indonesia.....	47
4.1.1. Sejarah Perusahaan	47
4.1.2. Visi dan Misi Telkom	54
4.1.2.1. Visi	54
4.1.2.2. Misi.....	54
4.1.3. Logo Telkom.....	55
4.1.4. Struktur Organisasi Telkom Ponorogo	56
4.1.4.1. Tugas dan tanggung jawab.....	57
4.1.5. Produk dan Layanan Telkom	60
4.1.6. Produk dan Harga Indihome Triple Play	61
4.1.6.1. Produk Indihome Triple Play	61
4.1.6.2. Harga Indihome Triple Play	62
4.2. Hasil dan Pembahasan Penelitian	63
4.2.1. Karakteristik Responden	63
4.2.1.1. Jenis Kelamin.....	64

4.2.1.2. Usia	65
4.2.1.3. Tingkat Pendidikan	66
4.2.1.4. Pendapatan	67
4.2.1.5. Pekerjaan.....	68
4.3. Identifikasi Jawaban Responden	69
4.3.1. Variabel Kelas Sosial	69
4.3.2. Variabel Gaya Hidup	71
4.3.3. Variabel Kepribadian	72
4.3.4. Variabel Keputusan Pembelian	74
4.4. Uji Instrumen	76
4.4.1. Uji Validitas	76
4.4.2. Uji Reliabilitas	77
4.4.3. Analisis Regresi Berganda	78
4.4.4. Koefisien Determinasi	81
4.5. Pengujian Hipotesis	82
4.5.1. Uji F (F hitung)	82
4.5.2. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)	83
4.5.2.1. Uji t Variabel Kelas Sosial (X1)	85
4.5.2.2. Uji t Variabel Gaya Hidup (X2)	86

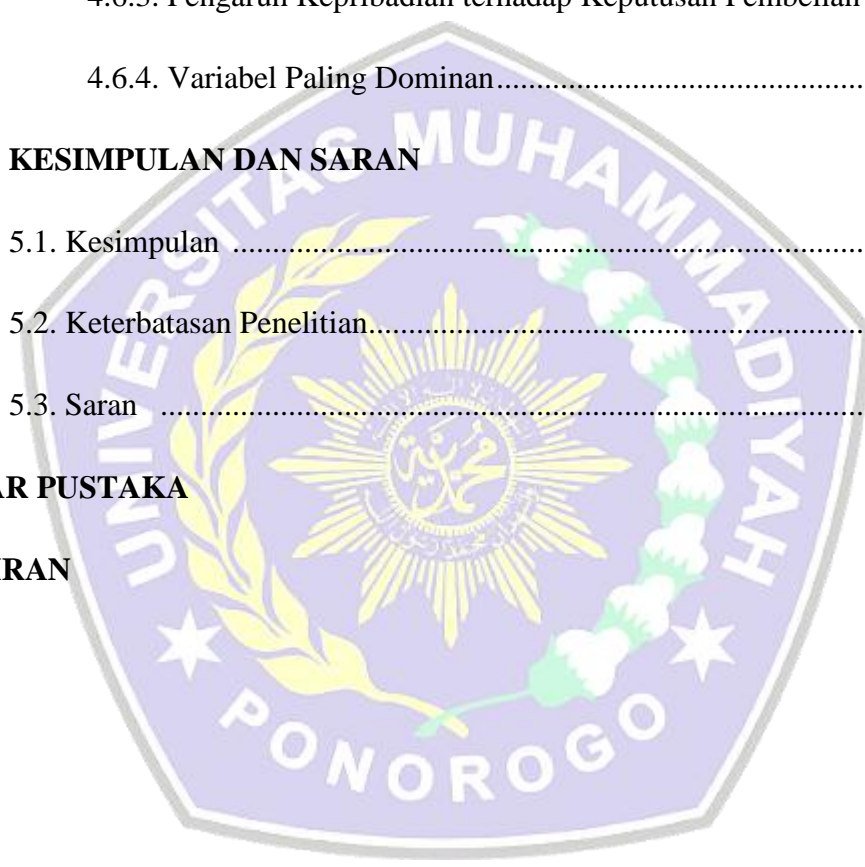
4.5.2.3. Uji t Variabel Kepribadian (X3)	87
4.6. Pembahasan	87
4.6.1. Pengaruh Kelas Sosial terhadap Keputusan Pembelian.....	88
4.6.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian	89
4.6.3. Pengaruh Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.6.4. Variabel Paling Dominan.....	90

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	91
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3. Saran	93

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	66
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
Tabel 4.6. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kelas Sosial	69
Tabel 4.7. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Gaya Hidup	71
Tabel 4.8. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Kepribadian	72
Tabel 4.9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian ...	74
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas	77
Tabel 4.11. Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	79
Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.14. Hasil Uji F.....	82
Tabel 4.15. Hasil Uji t	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	26
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	36
Gambar 4.1. Struktur Organisasi	57
Gambar 4.2. Paket Indihome Triple Play.....	61
Gambar 4.3. Harga Paket Indihome Triple Play.....	62
Gambar 4.4. Uji F (F test).....	83
Gambar 4.5. Uji t Variabel Kelas Sosial	85
Gambar 4.6. Uji t Variabel Gaya hidup.....	86
Gambar 4.7. Uji t Variabel Kepribadian	87



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Hasil Pengumpulan Data Primer

Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data

Lampiran 4 Tabel r Product Moment

Lampiran 5 Tabel T Student

Lampiran 6 Tabel F

Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan

Lampiran 8 Surat Tanggapan Ijin Penelitian

