

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM PEMBELIAN *HANDPHONE* MEREK SAMSUNG PADA
TOKO ARTOMORO CELLULAR 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 : Suyanto
NIM : 10412611
Program studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan
Konsumen Dalam Pembelian Handphone Merek Samsung
Pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo.

Nama : SUYANTO

NIM : 10412611

Program Studi : 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

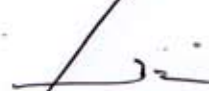
Ponorogo, 23 Agustus 2017

Pembimbing I



Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13

Pembimbing II



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

Mengetahui
Dean Fakultas Ekonomi



Titi Rapini, SE, MM
NIK. 19630505 199001 11

Dosen penguji :



Dra. Umi Farida, MM
NIK. 19610110 199112 13



Titi Rapini, SE, MM
NIK. 19630505 199001 11



Drs. Ec. Purwanto, MM
NIK. 19531024 199309 14

ABSTRAK

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian *Handphone* Merek Samsung Pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo (Study kasus pada konsumen *handphone* merek Samsung pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo)

Oleh :

SUYANTO

Kebutuhan bertelekomunikasi dengan cara cepat berdampak pada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis alat komunikasi yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis telekomunikasi. Banyak langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen mereka yang sudah menggunakan produk *handphone* khususnya *handphone* merek Samsung. Keputusan konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor antara lain faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

Teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan *non probability sampling*. Sedangkan penentuan pengambilan responden (sampel) dilakukan dengan *purposive sampling*, populasinya adalah para pengunjung yang rata-rata 300 orang dalam sebulan pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo yang terletak di jalan raya Ponorogo-Pacitan No 311. Sedangkan sampel berjumlah 75 responden, pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan teknik pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji F.

Hasil analisis yang dilakukan berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian *Handphone* merek Samsung Pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo dengan uji regresi linier berganda menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan, berdasarkan analisis secara parsial (uji t) diperoleh hasil membuktikan bahwa masing-masing variabel memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan konsumen, sedangkan pengujian secara serempak (uji F) F hitung sebesar 26,142 dan F tabel hanya 5,70 artinya hasil penelitian membuktikan keempat variabel secara bersama-sama sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian *Handphone* merek Samsung

Kata kunci : konsumen, faktor pengaruh, keputusan konsumen

KATA PENGANTAR

Segala puji Allah SWT atas Rahmat, Nikmat, Taufik dan Hidayahnya, sehingga dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “ **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian *Handphone* Merek Samsung Pada Toko Artomoro Celluler Ponorogo** ”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Prodi S1 fakultas ekonomi manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Drs. H.Sulton, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kemudahan dan izin sehingga melancarkan Skripsi ini.
2. Titi Rapini, SE. MM Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan kemudahan dan izin sehingga memperlancar pembuatan Skripsi ini.
3. Dra.Umi Farida, MM. Selaku Kaprodi S1 Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Karyawan Artomoro Selluler Ponorogo yang telah membantu dalam mendapatkan data dari responden sehingga memperlancar pembuatan Skripsi ini.

5. Dra. Umi Farida, MM. Hadi Sumarsono, SE.M.Si. Selaku pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga, ide, saran dan fikiran untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini.
6. Saminem, Yayuk Winarsih, Amd.keb dan Septaria, Amd.keb sebagai orang terdekat yang tidak bosan memberikan bimbingan, do'a, motifasi dan saran.
7. Teman-teman semua, dan semua pihak yang telah membantu, memotofasi, saran.

Akhirnya penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dalam penyusunan Skripsi ini, untuk itu kritik dan saran yang konstruktif akan sangat membantu agar Skripsi ini dapat disempurnakan. Dan penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dalam penulisan, dan semoga Skripsi ini bermanfaat bagi peneliti sendiri dan para pembaca.

Ponorogo, 17 Agustus 2017

TTD

SUYANTO

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

Ponorogo, 23 Agustus 2017



DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan.....	i
Ringkasan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian.....	iv
Datar Isi.....	v
Datar Tabel.....	viii
Datar Gambar.....	ix
Daftar Lampiran.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.2.1 Batasan Masalah	5
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Tinjauan Teori dan Konsep	8
2.1.2 Pengertian Pemasaran	8
2.1.3 Manajemen Pemasaran	9
2.1.4 Pengertian Produk	9
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen	10
2.1.6 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
1) Faktor Budaya	12
2) Faktor Sosial	12
3) Faktor Pribadi	14

4) Faktor Psikologis	15
2.1.7 Peran Konsumen Dalam Membeli	20
2.1.8 Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Konsumen	20
2.1.9 Proses Keputusan Membeli	21
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu Yang Relevan	24
2.3 Kerangka Pemikiran	27
2.4 Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Ruang Lingkup Penelitian	29
3.1.1 Tempat Penelitian	29
3.1.2 Waktu Penelitian	29
3.2 Populasi Dan Sampel Penelitian	29
3.3 Metode Pengambilan Data	30
3.3.1 Jenis dan Sumber Data	30
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3.3 Instrumen Penelitian	31
3.4 Definisi Operasional Variabel	32
3.4.1 Identifikasi Variabel	32
3.4.2 Definisi Operasional	33
3.5 Metode Analisis Data	35
3.5.1 Uji Validitas Dan Reabilitas	35
a. Uji Validitas	35
b. Reliabilitas	36
3.5.2 Teknik Analisis Data	37
a. Analisis Regresi Berganda	37
b. Uji Hipotesis I (Uji F)	38

d. Uji t	39
----------------	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	40
4.1.1. Toko Artomoro Celluler Ponorogo	40
4.2 Pembahasan	41
4.2.1 Deskripsi Responden	41
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian	47
1. Deskripsi Variabel Budaya (X1)	47
2. Deskripsi Variabel Sosial (X2)	49
3. Deskripsi Variabel Pribadi (X3)	52
4. Deskripsi Variabel Psikologis (X4)	54
5. Keputusan Konsumen (Y)	57
4.3. Hasil Analisis Data	60
4.3.1. Analisis Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
a. Analisis Uji Validitas	60
b. Uji Reliabilitas	62
4.3.2 Analisis Regresi Linear Berganda	63
4.3.3 Analisa Korelasi	65
4.3. Analisa Koefisien Determinasi (R^2)	67
4.4 Pengujian Hipotesis	67
a. Uji T	67
b. Uji F	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran Bagi Perusaha....	83

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden Pembeli <i>handphone</i> Merek Samsung.....	4.1
Tabel 4.2 Usia Responden pembeli <i>handphone</i> merek Samsung.....	42
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden pembeli <i>handphone</i> merek Samsung	43
Tabel 4.4 Lamanya responden menggunakan <i>handphone</i> merek Samsung.....	44
Tabel 4.5 Pekerjaan responden <i>handphone</i> merek Samsung.....	45
Tabel 4.6 Penghasilan responden <i>handphone</i> merek Samsung.....	46
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Budaya (X1).....	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Sosial (X2).....	50
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pribadi (X3).....	52
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Psikologi (X4).....	54
Tabel 4.11 rata-rata variabel (X).....	57
Table 4.12 Tanggapan responden terhadap keputusan konsumen (Y).....	58
Tabel4.13 Hasil Pengujian Validitas.....	61
Tabel 4.14 hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS diperoleh <i>cronbach's alpha</i>	62
Tabel4.15 Hasil Pengujian Reliability.....	63
Tabel 4.16 Coefficients^a	64
Tabel 4.17 Model Summary.....	66
Tabel 4.18 Kriteria Penilaian Korelasi.....	66
Tabel 4.19 Model Summary	67
Tabel 4.20 Coefficients^a	68
Table 4.21 ANOVA^b	73

DATAR GAMBAR

Gambar 2.1 faktor- aktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen.....	11
Gambar 2.2 Hirarki kebutuhan menurut Maslow.....	17
Gambar 2.3 Kerangka Konsep	27
Gambar 4.1 Kurva t hitung untuk variabel budaya (X_1).....	69
Gambar 4.2 Kurva t hitung untuk variabel sosial (X_2).....	70
Gambar 4.3 Kurva t hitung untuk variabel pribadi (X_3).....	71
Gambar 4.4 Kurva t hitung untuk psikologis (X_4).....	72
Gambar 4.5 Kurva daerah penolakan H_0 penerimaan H_a	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan.....	89
Lampiran 2. Hasil Pengumpulan Data Premier.....	94
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data (Analisis Regresi Linier).....	96
Lampiran 4. Tabel Uji T.....	101
Lampiran 5. Tabel Uji F.....	104

