PENGARUH KEPERCAYAAN, MOTIVASI DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA "PEER GROUP" TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA WARUNG ANGKRINGAN DI WILAYAH PONOROGO KOTA)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Novi Krisdiantika Kumala Wardani

NIM : 15413820

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

PENGARUH KEPERCAYAAN, MOTIVASI DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA "PEER GROUP" TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA WARUNG ANGKRINGAN DI WILAYAH PONOROGO KOTA)

SKRIPSI

Nama : Novi Krisdiantika Kumala Wardani

NIM : 15413820

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS

MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul	: Pengaruh Kepercayaan, Motivasi Dan Kelompok Teman Sebaya "Peer Group" Terhadap Keputuan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Angkringan Di Wilayah Ponorogo Kota)
Nama	: Novi Kridiantika Kumala Wardani
Nim	: 15413820
Tempat ,tgl lahir	: Ponorogo , 24 Oktober 1995
Program Studi	: Manajemen

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

Ponorogo, 22 Juli 2020

Pembimbing I	Pembimbing II
(Dr.Heri Wijayanto,ST., MM., M.Kom)	(Edi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0025057401	NIDN. 0711037401

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi

(Titi Rapini, SE., MM)
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji

(Dr.Heri Wijayanto,ST., MM., M.Kom)	(Dra. Umi Farida., MM)	(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0025057401	NIDN. 0710016101	NIDN. 0727118803

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan , Motivai, Dan Kelompok Teman Sebaya "Peer Group" Terhadap Keputuan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Angkringan Di Wilayah Ponorogo Kota.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung ke warung angkringan di Ponorogo. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling. Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel memberikan peluang sama bagi setiap unsur dalam anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Metode pengambilan data anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang dimiliki.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa (1)Variabel X1 (Kepercayaan) berpengaruh positif terhadap keputuan pembelian (Y) artinya bahwa konsumen dalam memilih tempat ankringan faktor kepercayaan menjadi pertimbangan. Kepercayaan konsumen dalam memilih warung angkringan tercermin dari seringnya konsumen datang untuk menikmati jajanan yang memberikan kepuasan kepada pelanggan yang menyukai rasa serta penjualnya yang ramah membuat pelanggan nyaman berlama-lama di warung angkringan tersebut sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap warung angkringan.(2)Variabel X2 (Motivasi) berpengaruh positif terhadap keputuan pembelian (Y) artinya bahwa konsumen dalam memilih tempat ankringan faktor motivasi menjadi pertimbangan. Motivasi konumen dalam memilih warung angkringan tercermin dari adanya keinginan untuk menikmati jajanan warung angkringan yang menurutnya sebuah kebutuhan sehingga dapat meningkatkan motivai konsumen terhadap warung angkringan.(3)Variabel X3 (Kelompok Teman Sebaya "Peer Group") berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) artinya bahwa konsumen dalam memilih tempat ankringan faktor kelompok teman sebaya menjadi pertimbangan. kelompok teman sebaya dalam memilih warung angkringan tercermin dari proses interaksi soial yang dilakukan antar teman maupun konumen yang dapat menambah relasi serta adanya ajakan dari teman untuk sekedar berkumpul dan menikmati jajanan warung angkringan sehingga dapat meningkatkan penerimaan konsumen terhadap warung angkringan.

Kata Kunci : Kepercayaan, Motivasi, Kelompok Teman Sebaya "Peer Group", Keputusan Pembelian.

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyetakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya saya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institut Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga 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, 22 Juli 2020

METERAI TEMPEL

C9B99AHF583070826

6000

ENAM RIBU RUPIAH

(Novi Kridiantika Kumala Wardani)

NIM 15413820

iv

MOTTO

"Keberhasilan dilihat dari kesungguhan serta keyakinan bahwa apapun masalah yang dihadapi pastilah bisa dilewati".

"Tetap bersyukur, selalu berdoa, jagan lupa tersenyum".

(Novi Krisdiantika Kumala Wardani)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobil'alamin.....

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadirat Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul " Pengaruh Kepercayaan , Motivai, Dan Kelompok Teman Sebaya "Peer Group" Terhadap Keputuan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Angkringan Di Wilayah Ponorogo Kota)"

Skripsi ini tidak akan selesai terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penuis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak dan Ibu tercinta, yang selalu memberikan dukungan dan doa untuk putrinya. Selalu sehat, panjang umur dan selalu dalam perlindungan Allah SWT. Intinya rasa sayang, rasa cintaku tidak bisa di ungkapkan dengan kata-kata.
2. Bapak Dr. Heri Wijayanto, MM dan Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku pembimbing.Terimakasih atas kesediaannya yang dengan sabar memberikan bimbingan, kritik serta motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
3. Terimakasih untuk seluruh keluarga ku, untuk kakak-kakakku yang aku cintai semua terimakasih atas dukungan dan motivasinya, untuk adik-adikku yang aku cintai terimakasih atas keceriaan yang kalian berikan pada saya, itu sebuah motivasi buat saya.
4. Terimakasih untuk sahabatku dan teman-teman ku yang selalu mendukungku dalam memotivasi untuk selalu semangat menjalankan skripsiku dengan baik.

5. Terimakasih untuk dia yang selalu meyakinkan aku dan mengingatkan aku untuk selalu menjaga kesehatanku serta terimakaih untuk dokter dan perawat rumah akit yang merawatku hingga sembuh.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, serta taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Kepercayaan , Motivai, Dan Kelompok Teman Sebaya "Peer Group" Terhadap Keputuan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Angkringan Di Wilayah Ponorogo Kota)".

Proses pembelajaran ini, kemudian menghasilkan salah satunya yaitu tugas akhir yang berupa skripsi. Dalam penyelesaian skripsi ini penulis menyadari banyak bantuan oleh pihak-pihak yang mendukung tanpa lelah, sehingga ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Ibu Titi Rapini, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Umi Farida, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Dr. Heri Wijayanto, MM selaku Dosen Pembimbing I yang selalu sabar dan profesional dalam menghadapi anak bimbingannya, senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu disela-sela kesibukannya, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Edi Santoso, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa dengan ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, membantu dan memberikan nasehat serta saran yang membangun kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.

5. Pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian semua.

Demikianlah ucapan terimakasi ini kami haturkan, apabila ada salah-salah kata kami mohon maaf sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Ponorogo, 22 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan i

Halaman Pengesahan ii

Ringkasan iii

Kode Etik Penelitian iv

Motto v

Persembahan vi

Kata Pengantar viii

Daftar isi x

Daftar Tabel xiv

Daftar Gamabar xv

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Perumusan Masalah 5

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian 5

1. Tujuan Penelitian 5

2. Manfaat Penelitian 6

BAB II Tinjauan Pustaka 7

A. Landasan Teori 7

1. Pemasaran 7

a. Pengertian Pemasaran 7

b. Bauran Pemasaran 8

2. Kepercayaan 11

a. Pengertian Kepercayaan 11

b. Faktor Terbentuknya Kepercayaan 12
3. Motivasi 13
a. Pengertian Motivasi 13
b. Bagian-Bagian Motivasi 14
4. Kelompok Teman Sebaya “ Peer Group” 15
a. Pengertian Kelompok Teman Sebaya “ Peer Group” 15
b. Ciri-Ciri Kelompok Teman Sebaya “ Peer Group” 16
5. Keputusan Pembelian 18
a. Pengertian Keputusan Pembelian 18
b. Tahapan-Tahapan Keputusan Pembelian 18
B. Penelitian Terdahulu 20
C. Kerangka Pemikiran 21
D. Hipotesis 22
BAB III METODE PENELITIAN 23
A. Penelitian 23
B. Populai Dan Sampel 24
1. Populasi 24
2. Sampel 24
C. Metode Pengumpulan Data 25
D. Definisi Operasional Variabel 26
1. Kepercayaan 26
2. Motivasi 27
3. Kelompok Teman Sebaya “ Peer Group ” 27
4. Keputusan Pembelian 27

E. Metode Analisis Data 28
1. Pengujian Instrumen 28
a. Uji Validitas 28
b. Uji Reliabilitas 28
2. Uji Asumsi Klasik 28
a. Uji Multikolonearitas 28
b. Uji Normalitas 29
c. Uji Heterokedastisitas 29
3. Analisis Regresi Linier Berganda 29
4. Koefisien Determinasi (Nilai R^2) 30
5. Pengujian Hipotesis 30
a. Uji T 30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 31
A. Gambaran Umum Warung Angkringan 31
B. Gambaran Umum Responden 34
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 34
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 34
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 35
C. Deskripsi Variabel Penelitian 36
1. Deskripsi Variabel Kepercayaan(X1) 36
2. Deskripsi Variabel Motivasi(X2) 38
3. Deskripsi Variabel Kelompok Teman Sebaya “ Peer Group ”(X3) 40
4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y) 42

D. Hasil Penelitian 44
1. Uji Instrumen 44
a. Uji Validitas 44
b. Uji Reabilitas 46
2. Uji Asumsi Klasik 47
a. Uji Multikolinieritas 47
b. Uji Normalitas 48
c. Uji Heteroskedastisitas 49
3. Analisi Regresi Linier Berganda 51
4. Koefisien Determinasi (R^2) 53
5. Uji Hipotesis 54
a. Uji T 54
E. Pembahasan Hasil Analisis 56
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian 57
2. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian 58
3. Pengaruh Kelompok Teman Sebaya "Peer Group" Terhadap Keputusan Pembelian 59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 61
A. Kesimpulan 61
B. Saran 62
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Penelitian terdahulu 20

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Umur 34

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 35

Tabel 4.3Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan 35

Tabel 4.4 Tanggeapan Riesponden Terhaedap Kepercayaan 37

Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Motivasi 39

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Kelompok Teman Sebaya "Peer Grou 41

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian 43

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas 45

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas 46

Tabel 4.10 Pengujian Multikolinearitas 47

Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda 51

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi (R^2) 53

Tabel 4.13 Hasil Uji t 55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 21

Gambar 4.1 Uji Normalitas 49

Gamabar 4.2 Uji Heteroskedastisitas 50