

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI  
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA  
JURUSAN S1 MANAJEMEN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ACHMAD FADILLAH**

**211000100**



**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2015**

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI  
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA  
JURUSAN S1 MANAJEMEN**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ACHMAD FADILLAH**

**211000100**



**SKRIPSI INI DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI SEBAGIAN  
PERSYARATAN MENJADI SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI STRATA-1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA**

**JAKARTA**

**2015**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI  
PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA  
JURUSAN S1 MANAJEMEN**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI), Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari skripsi yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STEI) dan di Perguruan Tinggi Lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Februari 2015

ACHMAD FADILLAH

NPK 211000100

# **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Skripsi dengan judul :

## **FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA JURUSAN S1 MANAJEMEN**

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Ekonomi (SE) di program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Skripsi ini ditulis dibawah bimbingan Dra. Lilik Trianah, ME dan diketahui oleh kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan syarat sebagai skripsi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Jakarta, Februari 2015

Menyetujui

Mengetahui

Pembimbing,

Kepala Program Studi S-1

Manajemen,

Dra.LilikTrianah, ME

Drs.Budiono, M.Sc

## **PANITIA PENGUJI SKRIPSI**

Skripsi dengan judul :

### **FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA JURUSAN S1 MANAJEMEN**

Telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), pada tanggal 20 Maret 2015 dengan nilai **B**

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1. ....; Drs. Budiono, M.Sc (Ketua)
2. ....; Drs. Sumitro, M.Sc (Sekretaris)
3. ....; Dra. LilikTrianah, ME (Pembimbing)
4. ....; Rama Chandra, SE, ME (Penguji skripsi)
5. ....; Ir. Diah Pranita Sari, MM (Penguji skripsi)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, SekolahTinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga segala macam kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan ini, peneliti sampaikan ucapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dra. Lilik Trianah, ME atas waktu dan kesabaran yang telah diberikan dalam membimbing pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
3. Bapak Drs. Budiono, M.Sc, selaku kepala program studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
4. Segenap dosen di program studi S-1 Manajemen STEI atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
5. Papa dan Mama yang selalu memberikan cinta, doa dan dukungannya selama ini baik moril maupun materiil.
6. Keluargaku tercinta Yani dwi sari yang selalu memberikan doa dan materi kepada peneliti, Shinta ayu pratami yang selalu menemani selama pembuatan penelitian ini, Rini purwati yang selalu menemani selama pembuatan penelitian ini.
7. Teman seperjuangan : Sandy mulyadi, Tomiafriyanto, Desiaji alviani yang memberikan semangat selama penelitian ini dilakukan kepada peneliti.
8. Terima Kasih untuk semua sahabat kunyam's community: M. haekal, Viky, iboy pebrian, Naufal, Dzoelyang selalu memberikan semangat kepada peneliti.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun, sehingga skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi yang membacanya terutama bagi peneliti sendiri.

Jakarta, 26 Februari 2015

Achmad Fadillah

NPK 211000100

Nama : Achmad Fadillah

Dosen Pembimbing

NPK : 211000100

Dra. Lilik Trianah, ME

Program Studi : S1 Manajemen

**FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE  
MEREK “X” PADA MAHASISWA STEI INDONESIA JURUSAN S1  
MANAJEMEN**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor psikologis yang paling signifikan dalam pengambilan keputusan pembelian *smartphone* Samsung Galaxy pada mahasiswa STEI Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa STEI Indonesia jurusan S1 manajemen, sedangkan sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen untuk mendapatkan informasi dan data berupa kuisisioner yang diukur dengan skala likert.

Hasil perhitungan determinasi ( $R^2$ ) didapat hasil 0,722 yang artinya 72,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori

Hasil uji hipotesis secara simultan, menunjukkan  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima artinya secara simultan terdapat pengaruh positif dari motivasi, persepsi, pembelajaran, memori terhadap keputusan pembelian. Sedangkan uji hipotesis secara parsial menunjukkan terdapat pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh pembelajaran terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh memori terhadap keputusan pembelian.

***Kata Kunci : Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Memori dan Keputusan  
Pembelian***



# DAFTAR ISI

Halaman

SAMPUL DALAM.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PANITIA PENGUJI SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK SKRIPSI .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Masalah Penelitian .....	1
1.1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.1.3. Spesifikasi Masalah Pokok .....	4
1.2    Kerangka Teori .....	4
1.2.1. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian .....	4
1.2.2. Uraian Kosepsional Tentang Variabel.....	5
1.2.3. Hipotesis Penelitian .....	6
1.3    Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	6
1.3.1. Tujuan Penelitian.....	6
1.3.2. Kegunaan Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>8</b>
2.1 Review Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Landasan Teori .....	11
2.2.1 Pengertian Manajemen .....	11
2.2.2 Pengertian Pemasaran .....	12
2.2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	13
2.2.4 Pengertian Perilaku Konsumen.....	14
2.2.5 Pengertian Psikologi.....	15

2.3 Proses Psikologis Utama .....	16
2.4. Faktor Psikologis Konsumen.....	17
2.5. Peran Konsumen Dalam Melakukan Keputusan	
Pembelian .....	21
2.5.1. Tahapan Dalam Pengambilan Keputusan	
Pembelian .....	22
2.5.2. Keputusan Pembelian .....	24
<b>BAB III PROSEDUR PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3.2 Strategi dan Metode Penelian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.3.1. Populasi .....	28
3.3.2. Sampel.....	28
3.4 Unit-unit Analisis Penelitian .....	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.6. Instrumen Pengumpulan Data .....	30
3.7. Metode Analisis Data.....	32
3.7.1. Pengolahan Data .....	32
3.7.2. Penyajian Data .....	32
3.7.3. Analisis Statistik Data .....	32
3.7.3.1. Uji Validitas .....	33
3.7.3.2. Uji Reliabilitas.....	33
3.8. Uji Asumsi Klasik.....	33
3.8.1. Uji Normalitas.....	34
3.8.2. Uji Multikolinieritas .....	34
3.8.3. Uji Heteroskedastisitas .....	35
3.8.4. Uji Autokorelasis .....	35
3.9. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
3.10. Uji Hipotesis .....	36
3.10.1. Uji Parsial .....	36
3.10.2. Uji Simultan .....	37
<b>BAB IV PROSEDUR PENELITIAN</b>	
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.2. Deskripsi Responden.....	40

4.3.1. Data Responden Berdasarkan Lama Pemakaian.....	41
4.3. Deskripsi Data .....	41
4.4. Analisis Statistik Data .....	42
4.4.1. Uji Validitas .....	42
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	44
4.4.3. Uji Asumsi Klasik .....	45
4.4.3.1. Uji Normalitas .....	45
4.4.3.2. Uji Multikolinieritas .....	47
4.4.3.3. Uji Heterokedastitas.....	48
4.4.3.4. Uji Autokorelasi .....	49
4.5. Uji Determinasi.....	51
4.6. Pengujian Hipotesis .....	51
4.6.1. Uji Simultan .....	51
4.6.2. Uji Parsial.....	52
4.6.2.1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.6.2.2. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.6.2.3. Pengaruh Pembelajaran Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
4.6.2.4. Pengaruh Memori Terhadap Keputusan Pembelian .....	54

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran .....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

### Halaman

<b>Tabel 3.1.</b> Jawaban Skor Kuesioner .....	30
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Penelitian Variabel (Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Memori dan Keputusan Pembelian) .....	31
<b>Tabel 4.1.</b> Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
<b>Tabel 4.2.</b> Klasifikasi Responden Menurut Lama Pemakaian .....	41
<b>Tabel 4.3.</b> Hasil Pengujian Validitas untuk Motivasi, Persepsi, Pembelajaran Dan Memori .....	43
<b>Tabel 4.4.</b> Hasil Pengujian Reliabilitas.....	44
<b>Tabel 4.5.</b> Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	46
<b>Tabel 4.6.</b> Hasil Uji Multikolinearitas .....	47
<b>Tabel 4.7.</b> Pedoman untuk Memberikan Interpretasi .....	50
<b>Tabel 4.8.</b> Uji Autokorelasi.....	50
<b>Tabel 4.9.</b> Koefisien Determinasi.....	51
<b>Tabel 4.10.</b> Hasil Uji F .....	52
<b>Tabel 4.11.</b> Hasil Uji Parsial .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Model Perilaku Konsumen .....	16
<b>Gambar 2.2.</b> Hierarki Kebutuhan Maslow.....	19
<b>Gambar 4.1.</b> Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik P-Plot .....	45
<b>Gambar 4.2.</b> Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1.** Kuesioner
- Lampiran 2.** TabulasiSkorMotivasi
- Lampiran 3.** TabulasiSkorPersepsi
- Lampiran 4.** TabulasiSkorPembelajaran
- Lampiran 5.** TabulasiSkorMemori
- Lampiran 6.** TabulasiSkorKeputusanPembelian
- Lampiran 7.** SuratKeteranganRiset
- Lampiran 8.** DaftarRiwayatHidup