

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU VANS**

**(Studi Konsumen di *Outlet Vans* Mal Kota Kasablanka)**

**SKRIPSI**

**NANDINI AISYAH ISNAN  
2114000270**



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

**2020**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU VANS**

**(Studi Konsumen di *Outlet Vans Mal Kota Kasablanka*)**

**SKRIPSI**

**NANDINI AISYAH ISNAN  
2114000270**



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

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

**2020**

# PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
VANS**

**(Studi Konsumen di *Outlet Vans* Mal Kota Kasablanka)**

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 12 Maret 2020  
METERAI  
TEMPEL  
164E0AAHF356229178  
6000  
ENAM RIBURUPIAH  
Nandini  
2114000270



## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Karya Ilmiah dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
VANS**

**(Studi Konsumen di *Outlet Vans Mal Kota Kasablanka*)**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini ditulis di bawah bimbingan Dr. Endang Sugiharti, Msi dan diketahui oleh Kepala Program Studi Strata 1 Manajemen, Serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 12 Maret 2020

Pembimbing,



Dr. Endang Sugiharti, Msi

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M,Sc

## HALAMAN PENGESAHAN

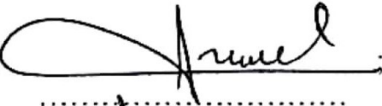
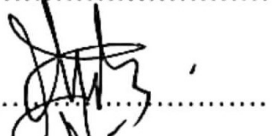
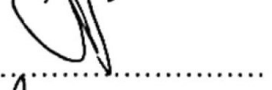
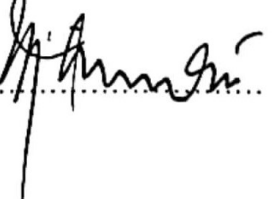
Karya Ilmiah dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
VANS**

**(Studi Konsumen di *Outlet Vans Mal Kota Kasablanka*)**

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi Strata 1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Inonesia pada tanggal 12 Maret 2020 dengan nilai **B**.

**Panitia Ujian** Karya Ilmiah :

1.  : Drs. Sumitro, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Dr. Endang Sugiharti, M.Si  
(Pembimbing)
3.  ; Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc  
(Anggota Penguji 1)
4.  ; Drs. Budiono, M,Sc  
(Anggota Penguji 2)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).

Skripsi ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan, dan dorongan dari beberapa pihak, sehingga berbagai kendala dapat dihadapi dan diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini, penulis sampaikan ucapan terika kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Dr. Endang Sugiharti, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan dengan sabar membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi.
2. Bapak Drs. Jusuf Hariyanto, M.Sc dan Bapak Drs. Budiono, M.Sc selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritik selama proses sidang.
3. Bapak Agustian Burda, BSBA, MBA, selaku Ketua Yayasan Pendidikan Fatahillah Jakarta (YPFJ).
4. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE).
5. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc, selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE)
6. Ibu Dian Annisa selaku Brand Manager Vans Indonesia dan Ibu Vivi Anggraini selaku Store Manager, yang telah memberikan izin untuk melaksanakan riset di *Outlet Vans Mal Kota Kasablanka*.
7. Ibu dan Ayah tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, doa, dan dukungan materil maupun moril sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
8. Untuk kedua adikku : Reza dan Azhar yang telah memberikan motivasi dan doa untuk kelancaran serta kemudahan dalam menyelesaikan skripsi.

9. Sahabat-sahabat seperjuangan selama kuliah di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE), Adistyana Virly, Annisah Lestari, Aryani Dewi Novitasari, Desi Dwi A, Ertika Sari, Lia Argiani, Linda Ayu F, Marlina Sugiarti, Mariana Purba, Nurul Rahmawati, Stella Quek M, yang memberikan doa, dan semangat selama penyusunan skripsi.
10. Sahabat selanjutnya Andiani Ayu Soraya, dan Lutfi Prayoga yang selalu mendukung dan memberikan doa untuk menyelesaikan skripsi.
11. Untuk pihak terkait yang telah membantu dan mendoakan atas penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan atau kelemahan, untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 2020

Nandini Aisyah Isnan  
2114000270



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nandini Aisyah Isnan  
NPM : 2114000270  
Program Studi : S-1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU  
VANS  
(Studi Konsumen di *Outlet Vans* Mal Kota Kasablanka)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 12 Maret 2020

Yang menyatakan,

Nandini Aisyah Isnan

Nandini Aisyah Isnan  
2114000270  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Dr. Endang Sugiharti, MSi

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SEPATU VANS  
(Studi Konsumen di *Outlet Vans Mal Kota Kasablanka*)**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans pada konsumen di *Outlet Mal Kota Kasablanka*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah strategi asosiatif. Penelitian dengan strategi asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan cara melakukan observasi dan mengumpulkan data dengan kuesioner, sehingga dengan data yang diperoleh penulis memperoleh hasil penelitian dan memberikan penjelasan dengan cukup jelas.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen sepatu Vans di *Outlet Mal Kota Kasablanka*, dan mendapat jumlah sampel responden sebanyak 97 responden. Metode analisis penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi parsial dan simultan, serta uji hipotesis dengan program SPSS 25.

Hasil penelitian parsial menunjukkan bahwa variabel faktor budaya terhadap proses keputusan pembelian 1,0% , faktor sosial 0,4%, faktor pribadi 9,5%, dan faktor psikologis 17,1%. Dengan demikian, kontribusi pengaruh parsial paling besar atau dominan adalah faktor psikologis sebesar 17,1%. Kontribusi pengaruh simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis sebesar 66,75%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan taraf nyata ( $\alpha = 5\%$ ) diperoleh hasil bahwa secara parsial faktor budaya dan faktor sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans, sedangkan faktor pribadi dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans. Namun secara simultan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis memiliki pengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian sepatu Vans.

***Kata Kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis, dan Proses Keputusan Pembelian***

Nandini Aisyah Isnan  
2114000270  
*Study Program S-1 Management*

*Supervisor :*  
Dr. Endang Sugiharti, MSi

***ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER BEHAVIOR  
ON THE PURCHASE DECISIONS PROCESS OF VANS SHOES  
(Study on Consumers at the Outlet Vans Kota Kasablanka Mall)***

***ABSTRACT***

*This study aims to determine how much influence cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors on purchase decisions process Vans shoes on consumers in the Outlet Vans Mall Kota Kasablanka.*

*This research uses quantitative methods and the strategies used in this study are associative strategies. Research with an associative strategy aims to determine the effect of two or more variables. Researchers use quantitative methods by observing and collecting data with questionnaires, so that the data obtained by the author obtain the results of the study and provide explanations quite clearly.*

*The sampling technique used in this study was accidental sampling. The population in this study were consumers of Vans shoes at the Vans Outlet Mall Kota Kasablanka, and got a sample of 97 respondents. The method of analysis in this research is the analysis of partial and simultaneous determination coefficients, and hypothesis testing with the SPSS 25 program.*

*The results of the partial research showed that the cultural factors variable in purchase decisions process 1.0%, social factors 0.4%, personal factors 9.5%, and psychological factors 17.1%. Thus, the biggest or dominant partial influence contribution is psychological factor 17.1%. The simultaneous influence of cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors is 66.75%, while the rest is influenced by other variables not examined. Based on the results of hypothesis testing with a significant level ( $\alpha = 5\%$ ), the results obtained that partially cultural factors and social factors do not have a significant influence on purchase decisions process Vans shoes, while personal factors and psychological factors have a significant influence on purchase decisions process Vans shoes. But simultaneously cultural factors, social factors, personal factors, and psychological factors have a significant influence on the purchase decision process Vans shoes.*

***Keywords : Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors, and Purchase Decision Process***

# DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Pengertian Pemasaran.....	12
2.2.2. Pengertian Perilaku Konsumen .....	13
2.2.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	14
2.2.4. Indikator Proses Keputusan Pembelian .....	17
2.3. Keterikatan Antara Variabel Penelitian.....	19
2.3.1. Pengaruh Faktor Kebudayaan Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	19
2.3.2. Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	20
2.3.3. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Proses Keputusan	

Pembelian .....	20
2.3.4. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	21
2.3.5. Pengaruh Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian .....	21
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	21
2.5. Kerangka Konseptual Penelitian .....	22
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	24
3.2. Populasi Dan Sampel .....	24
3.2.1. Populasi Penelitian .....	24
3.2.2. Sampel Penelitian .....	24
3.3. Data Dan Metoda Pengumpulan Data .....	25
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	26
3.5. Metoda Analisis Data .....	30
3.5.1. Uji Validitas .....	30
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	30
3.5.3. Metoda Pengolahan Data.....	31
3.5.4. Metoda Penyajian Data .....	31
3.5.5. Analisis Statistik Data .....	31
3.5.6. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	33
4.2. Deskripsi Responden.....	35
4.3. Deskripsi Data .....	36
4.3.1. Variabel Faktor Budaya (X <sub>1</sub> ).....	36
4.3.2. Variabel Faktor Sosial (X <sub>2</sub> ) .....	37
4.3.3. Variabel Faktor Pribadi (X <sub>3</sub> ) .....	38
4.3.4. Variabel Faktor Psikologis (X <sub>4</sub> ) .....	40
4.3.5. Variabel Faktor Proses Keputusan Pembelian (Y).....	41

4.4. Metoda Analisis Data .....	42
4.4.1. Uji Validitas .....	42
4.4.2. Uji Reliabilitas.....	45
4.5. Analisis Statistik Data .....	46
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	46
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda .....	47
4.5.3. Pengujian Hipotesis.....	47
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	49
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>51</b>
5.1. Simpulan.....	51
5.2. Saran .....	52
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>55</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1.</b>	Tabel Best Sneakers Brands .....	1
<b>Tabel 3.1.</b>	Skor Untuk Jawaban Kuisisioner .....	26
<b>Tabel 3.2.</b>	Indikator Variabel Faktor Kebudayaan ( $X_1$ ) .....	26
<b>Tabel 3.3.</b>	Indikator Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	27
<b>Tabel 3.4.</b>	Indikator Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ).....	28
<b>Tabel 3.5.</b>	Indikator Variabel Faktor Psikologis ( $X_4$ ).....	28
<b>Tabel 3.6.</b>	Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	29
<b>Tabel 4.1.</b>	Daftar <i>Style</i> Sepatu Vans .....	37
<b>Tabel 4.2.</b>	Data Responden Berdasarkan Usia .....	38
<b>Tabel 4.3.</b>	Data Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
<b>Tabel 4.4.</b>	Data Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan .....	39
<b>Tabel 4.5.</b>	Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berkunjung .....	39
<b>Tabel 4.6.</b>	Total Skor Jawaban Responden Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) .....	39
<b>Tabel 4.7.</b>	Total Skor Jawaban Responden Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	41
<b>Tabel 4.8.</b>	Total Skor Jawaban Responden Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ).....	42
<b>Tabel 4.9.</b>	Total Skor Jawaban Responden Variabel Faktor Psikologis ( $X_4$ ) .....	43
<b>Tabel 4.10.</b>	Total Skor Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	44
<b>Tabel 4.11.</b>	Validitas Instrumen per Item untuk Faktor Budaya .....	45
<b>Tabel 4.12.</b>	Validitas Instrumen per Item untuk Faktor Sosial.....	46
<b>Tabel 4.13.</b>	Validitas Instrumen per Item untuk Faktor Pribadi .....	47
<b>Tabel 4.14.</b>	Validitas Instrumen per Item untuk Faktor Psikologis.....	47
<b>Tabel 4.15.</b>	Validitas Instrumen per Item untuk Keputusan Pembelian .....	48
<b>Tabel 4.16.</b>	Rangkuman Uji Reliabilitas .....	49

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1.</b>	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	15
<b>Gambar 2.2.</b>	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	19
<b>Gambar 2.3.</b>	Kerangka Konseptual Penelitian .....	23
<b>Gambar 4.1.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	40
<b>Gambar 4.2.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Faktor Sosial( $X_2$ ) .....	41
<b>Gambar 4.3.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Faktor Pribadi( $X_3$ ) .....	42
<b>Gambar 4.4.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Faktor Psikologis( $X_4$ ) .....	43
<b>Gambar 4.5.</b>	Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian( $Y$ ).....	45



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Penelitian .....	60
<b>Lampiran 2</b>	Skor Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) .....	66
<b>Lampiran 3</b>	Skor Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ).....	68
<b>Lampiran 4</b>	Skor Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	70
<b>Lampiran 5</b>	Skor Variabel Faktor Psikologis ( $X_4$ ).....	72
<b>Lampiran 6</b>	Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	74
<b>Lampiran 7</b>	Tabel Validitas Faktor Budaya ( $X_1$ ) .....	76
<b>Lampiran 8</b>	Tabel Validitas Faktor Sosial ( $X_2$ ).....	77
<b>Lampiran 9</b>	Tabel Validitas Faktor Pribadi ( $X_3$ ).....	78
<b>Lampiran 10</b>	Tabel Validitas Faktor Psikologis ( $X_4$ ).....	79
<b>Lampiran 11</b>	Tabel Validitas Keputusan Pembelian (Y) .....	80
<b>Lampiran 12</b>	Tabel Reliabilitas Faktor Budaya ( $X_1$ ) .....	82
<b>Lampiran 13</b>	Tabel Reliabilitas Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	82
<b>Lampiran 14</b>	Tabel Reliabilitas Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	82
<b>Lampiran 15</b>	Tabel Reliabilitas Faktor Psikologis ( $X_4$ ) .....	82
<b>Lampiran 16</b>	Tabel Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y) .....	83
<b>Lampiran 17</b>	Tabel Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial .....	84
<b>Lampiran 18</b>	Hasil Uji Koefisien Korelasi Berganda .....	86