

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN  
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

**SKRIPSI**

**YAYAH KHOIRIYAH  
2113000388**



**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN  
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

**SKRIPSI**

**YAYAH KHOIRIYAH  
2113000388**



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

**PROGRAM STUDI STRATA 1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA  
JAKARTA  
2019**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Strata 1 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 keserjanaan 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, 28 Agustus 2019



**YAYAH KHOIRIYAH**  
NPM 2113000388

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Skripsi ini ditulis di bawah bimbingan Ir. Ginanjar Syamsuar, ME dan diketahui oleh Kepala Program Studi 1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai skripsi pada Program Studi Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, 28 Agustus 2019

Pembimbing,



Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

telah diuji dalam suatu sidang skripsi yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia pada tanggal 13 September 2019 dengan nilai **B**

#### **Panitia Ujian Skripsi**

1.  : Drs. Sumitro, M.Sc  
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  : Ir. Ginanjar Syamsuar, ME  
(Pembimbing)
3.  : Ir. Dwi Windu Suryono, MS  
(Anggota Penguji)
4.  : Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM  
(Anggota Penguji)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

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

1. Bapak Ir. Ginanjar Syamsuar, ME selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Ir. Dwi Windu Suryono, MS dan Bapak Drs. Yusuf Suhardi, M.Si, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen yang telah menyediakan waktu untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. *Owner* dari toko *Peni collection* Sukapura Jakarta Utara yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang peneliti perlukan.

7. Orang tua (Bapak H.Uhibuddin dan Ibu Hj. Marwah) dan keluarga peneliti yang tidak pernah putus memberikan doa serta kepercayaan, dukungan moral dan material dengan penuh keikhlasan yang begitu besar sehingga, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan peneliti (Rosli, Rosita, Anindi dan Faisal) yang telah memberikan semangat dan dukungan yang sangat besar, meluangkan waktunya, membantu pikiran dan tenaga untuk membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Segenap teman-teman kelas 3D Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia angkatan 2013 dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, atas segala masukan dan waktunya untuk saling membantu dalam proses penyusunan skripsi yang dijalankan peneliti.
10. Semua pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, yang telah membantu, mendukung, dan mendoakan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari sepenuhnya dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk dapat menyempurnakan skripsi ini.

Jakarta, 28 Agustus 2019

**YAYAH KHOIRIYAH**  
NPM 2113000388

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

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

Nama : Yayah Khoiriyah  
NPM : 2113000388  
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 :

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI COLLECTION**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola 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 : 28 Agustus 2019

Yang menyatakan,

Yayah Khoiriyah



Yayah Khoiriyah  
NPM 2113000388  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN  
PSIKOLOGI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK ELZATTA DI TOKO PENI *COLLECTION***

**ABSTRAK**

Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh sebuah perusahaan, dan biasanya keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor sehingga konsumen mempunyai minat terhadap suatu produk. Berkaitan dengan hal tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh faktor budaya, sosial dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk Elzatta di toko *Peni collection*, Jakarta. dan faktor mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Elzatta.

Metoda yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Teknik pengambilan sampel ini adalah *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 97 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS versi 24.0. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa (1) secara parsial, faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) secara parsial, faktor sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) secara parsial, faktor psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) secara simultan, faktor budaya, sosial dan psikologi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

***Kata kunci : Faktor Budaya, Sosial, Psikologi dan Keputusan Pembelian***

Yayah Khoiriyah  
NPM 2113000388  
Program Studi S-1 Manajemen

Dosen Pembimbing :  
Ir. Ginanjar Syamsuar, ME

***EFFECT OF CULTURE, SOCIAL AND SOCIAL  
PSYCHOLOGY OF PURCHASE DECISIONS  
ELZATTA PRODUCTS IN PENI COLLECTION STORES***

***ABSTRACT***

*Purchasing decisions become an important thing to consider because this will certainly be a consideration of how a marketing strategy will be carried out by a company, and usually purchasing decisions are influenced by several factors so that consumers have an interest in a product. In this regard, the purpose of this study is to determine whether there is an influence of cultural, social and psychological factors on the purchase decision for Elzatta products at the Peni collection store, Jakarta. and which factor is the most dominant influence on purchasing decisions for Elzatta products.*

*The method used in this study is the analysis of the coefficient of determination and hypothesis testing. This sampling technique is purposive sampling with a sample of 97 respondents. Data processing was performed using SPSS version 24.0. Based on the calculation results obtained that (1) partially, cultural factors significantly influence purchasing decisions. (2) partially, social factors significantly influence purchasing decisions. (3) partially, psychological factors significantly influence purchasing decisions. (4) simultaneously, cultural, social and psychological factors significantly influence purchasing decisions.*

***Keywords : Cultural, Social, Psychological and Purchasing Decision Factors***

# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	vii
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu .....	6
2.2. Landasan Teori .....	13
2.2.1. Pemasaran .....	13
2.2.2. Manajemen pemasaran.....	13
2.2.3. Faktor budaya.....	14
2.2.4. Faktor sosial .....	15
2.2.5. Faktor psikologi .....	16
2.2.6. Keputusan pembelian.....	17
2.3. Keterkaitan antar Variabel Penelitian .....	18

2.3.1. Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian produk Elzatta di toko Peni <i>collection</i> , Jakarta .....	18
2.3.2. Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian produk Elzatta di toko Peni <i>collection</i> , Jakarta .....	18
2.3.3. Pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan pembelian produk Elzatta di toko Peni <i>collection</i> , Jakarta .....	18
2.3.4. Pengaruh faktor budaya, sosial dan psikologi terhadap keputusan pembelian produk Elzatta di toko Peni <i>collection</i> , Jakarta .....	19
2.4. Pengembangan Hipotesis .....	20
<b>BAB III    METODA PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
3.1. Strategi Penelitian .....	21
3.2. Populasi dan Sampel .....	21
3.2.1. Populasi penelitian .....	21
3.2.2. Sampel penelitian .....	21
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data .....	22
3.3.1. Jenis data .....	22
3.3.2. Teknik pengumpulan data .....	23
3.4. Operasional Variabel .....	28
3.5. Metoda Analisis Data .....	29
3.5.1. Metoda pengolahan data .....	29
3.5.2. Metoda penyajian data .....	29
3.5.3. Analisis statistik data .....	29
<b>BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
4.1. Deskripsi objek penelitian .....	33
4.2. Deskripsi objek responden .....	35
4.3. Deskripsi data .....	36
4.4. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	38
4.4.1. Uji validitas .....	38
4.4.2. Uji reliabilitas .....	41
4.5. Analisis Statistik Data .....	41
4.5.1. Koefisien Determinasi .....	41
4.5.2. Pengujian Hipotesis .....	43
4.6. Temuan Hasil Penelitian .....	44

	<b>Halaman</b>
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>46</b>
5.1. Simpulan.....	46
5.2. Saran .....	46
DAFTAR REFERENSI .....	48
LAMPIRAN.....	50

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
<b>Gambar 2.1.</b> Kerangka Konseptual Penelitian.....	19
<b>Gambar 4.1.</b> Diagram Skala Likert Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	37
<b>Gambar 4.2.</b> Diagram Skala Likert Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	37
<b>Gambar 4.3.</b> Diagram Skala Likert Variabel Faktor Psikologi ( $X_3$ ) .....	38
<b>Gambar 4.4.</b> Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y) ....	38

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
<b>Tabel 1.1.</b> <i>Top Brand Fashion</i> Muslim 2018 .....	2
<b>Tabel 3.1.</b> Bobot Nilai Skala Likert.....	24
<b>Tabel 3.2.</b> Indikator Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	24
<b>Tabel 3.3.</b> Indikator Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	25
<b>Tabel 3.4.</b> Indikator Variabel Faktor Psikologi ( $X_3$ ).....	25
<b>Tabel 3.5.</b> Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	26
<b>Tabel 4.1.</b> Data Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin.....	35
<b>Tabel 4.2.</b> Data Karakteristik Responden menurut Usia.....	35
<b>Tabel 4.3.</b> Data Karakteristik Responden menurut Pendapatan.....	36
<b>Tabel 4.4.</b> Data Karakteristik responden menurut Minimal Berbelanja....	36
<b>Tabel 4.5.</b> Validitas Instrumen Per Butir Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	39
<b>Tabel 4.6.</b> Validitas Instrumen Per Butir Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	39
<b>Tabel 4.7.</b> Validitas Instrumen Per Butir Faktor Psikologi ( $X_3$ ).....	40
<b>Tabel 4.8.</b> Validitas Instrumen Per Butir Keputusan Pembelian (Y) .....	40
<b>Tabel 4.9.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	41

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian.....	50
<b>Lampiran 2.</b> Skor untuk Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	56
<b>Lampiran 3.</b> Skor untuk Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ).....	59
<b>Lampiran 4.</b> Skor untuk Variabel Faktor Psikologi ( $X_3$ ).....	62
<b>Lampiran 5.</b> Skor untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	65
<b>Lampiran 6.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	68
<b>Lampiran 7.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ).....	69
<b>Lampiran 8.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Faktor Psikologi ( $X_3$ ).....	70
<b>Lampiran 9.</b> Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	71
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Uji Reliabilitas Variabel-variabel Penelitian.....	72
<b>Lampiran 11.</b> Nilai-nilai Koefisien Korelasi Parsial dan Signifikan t.....	73
<b>Lampiran 12.</b> Nilai Koefisien Determinasi Berganda dan Signifikan F...	74
<b>Lampiran 13.</b> Surat Keterangan Penelitian.....	75
<b>Lampiran 14.</b> Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	76