

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* ANDROID**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

BENI AKHIRULLAH

B 100 100 283

**PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2014

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *HANDPHONE* ANDROID.**

Yang disusun oleh :

Beni Akhirullah

B 100 100 283

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2014

Pembimbing Utama

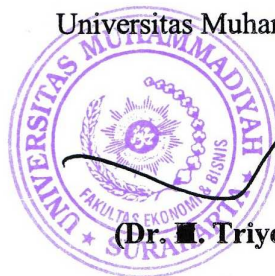


(Rini Kuswati, SE, M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph.: (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **BENI AKHIRULLAH**
NIRM : **10.6.106.02016.500283**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH FAKTOR
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE*
ANDROID**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Juli 2014

Yang Membuat Pernyataan

BENI AKHIRULLAH

MOTTO

Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila telah selesai (segala urusan), maka kerjakanlah (urusan yang lain) dengan sungguh-sungguh.

(Q.S Al Insyirah : 6-7).

Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.

(Thomas Alva Edison)

Kegagalan bukan berarti kita tidak mampu yang penting kita telah berbuat untuk mencoba, kegagalan bukan berarti kita kehilangan segalanya, mungkin belum saatnya kita mendapatkan apa yang kita cari.

Tapi kegagalan hanyalah kesuksesan yang tertunda.

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk:

- Ibuku dan Ayah tercinta serta saudaraku yang telah memberikan kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tiada henti-hentinya.
- Bapak/Ibu dosen, yang telah membimbing.
- Rekan-rekanku Manajemen angkatan 2010 semoga sukses selalu.
- Sahabat-sahabatku sekalian.
- Almamaterku tercinta.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* ANDROID”**.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan hingga selesainya penulisan ini kepada:

1. Bapak Dr. Triyono, M. Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Anton Agus S, SE., M. Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Wiyadi Ph.d, selaku pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan selama penulis menempuh studi.

4. Ibu Rini Kuswati SE., M. Si., selaku pembimbing dari skripsi ini yang dengan sabar membimbing dan memberi arahan kepada penulis.
5. Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ibu dan ayah serta kakak-kakakku tercinta yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materiil. Terima kasih untuk semua, motivasi, bimbingan, kerja keras dan pengorbanan yang telah dilakukan.
7. Sahabatku sekaligus *partner in crime* Aris Diyan Sulistiyo, Dama Yanti, Resty Fawzia Anjani yang selalu memotivasi, mendengarkan keluh kesah dan menginspirasi penulis dalam menjalankan studi. Semoga dilancarkan dalam pengerjaan skripsi dan terus semangat untuk mengembangkan Rumah Hebat Indonesia.
8. Sahabat – sahabatku, (Dede, Zack, Rahma, Winda, dll) terima kasih karena telah memberi warna dalam mengarungi kehidupan selama kuliah. Semoga persahabatan ini terjalin selamanya.
9. Teman-teman kelas I angkatan 2010 (Lina, Sri Lestari, Ita, Fitri, Vina, Dama, Resti, Dhanita, Nia Husna, Musiroh, Arum, Lutfi, Bagus, Heri, Aulia dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu).
10. Pak Min, terima kasih atas kesediaannya untuk bersedia dibuat repot oleh penulis selama menempuh studi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas bantuannya dalam penyusunan skripsi ini.

Dengan selesainya penyusunan penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini masih jauh dari sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran dan kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Juli 2014

Penulis

Beni Akhirullah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Psikologi.....	8
2.2 Konsumen.....	8
2.3 Psikologi Konsumen	8
2.4 Faktor Psikologis Konsumen.....	9
2.5 Keputusan Pembelian.....	12
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Model Penelitian	14
2.8 Hipotesis Penelitian	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel	20
3.2 Teknik <i>Sampling</i>	21
3.3 Data dan Sumber Data.....	21
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
3.5 Metode Analisis Data.....	24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Surakarta ...	31
4.2 Filosofi, Visi, Misi dan Tujuan.....	32
4.3 Program Studi	34
4.4 Deskripsi Responden.....	35
4.5 Metode Analisis Data.....	36
4.6 Pembahasan	49

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	51
5.2 Keterbatasan Penelitian	52
5.3 Saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Fakultas dan Program Studi Tingkat S1	34
Tabel 4.2 Responden Jenis Kelamin	35
Tabel 4.3 Lama Menempuh Pendidikan	36
Tabel 4.4 Rangkuman Hasil Uji Validitas.....	37
Tabel 4.5 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Regresi Berganda	40

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner penelitian
2. Tabulasi Data
3. Hasil Analisis Data Responden
4. Uji Validitas
5. Uji Reliabilitas
6. Uji Normalitas
7. Uji Regresi
8. Tabel r
9. Tabel t
10. Tabel F

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang berjumlah 125 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji normalitas dan uji analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Dalam penelitian ini data memenuhi untuk berdistribusikan normal. Dari uji hipotesis didapatkan hasil bahwa motivasi dan kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan dengan t hitung masing-masing sebesar 6,227 dan 5,073 sedangkan variabel persepsi dan pembelajaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar -1,388 dan -1,556. Pada uji F menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil koefisien determinasi (R^2) sebesar 62,8%.

Kata kunci: motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, keputusan pembelian.