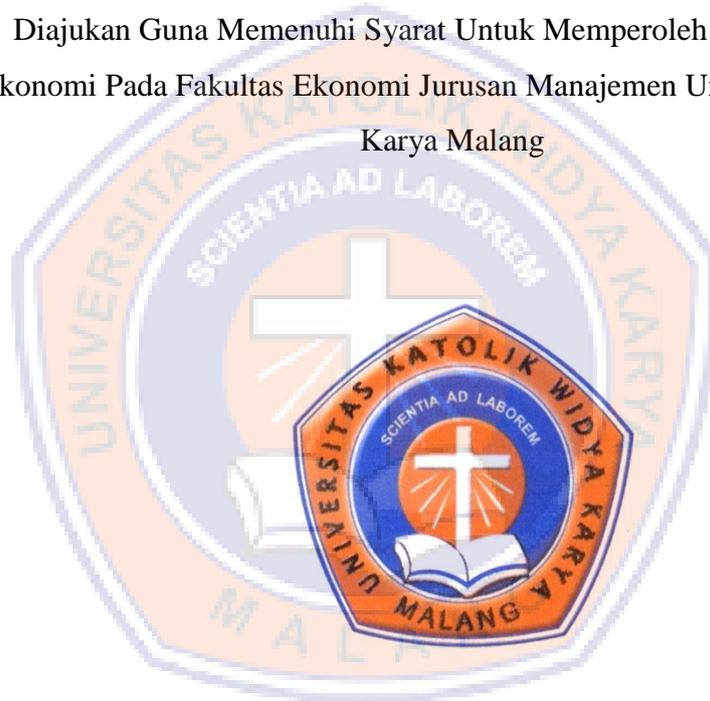


ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR PSIKOLOGIS
KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA UNIKA WIDYA KARYA
MALANG DALAM PEMBELIAN *HANDPHONE* DENGAN MERK
BLACKBERRY

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Widya
Karya Malang



Disusun oleh :
RATNA SUNDARI
NIM : 200811037

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

2012

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ratna Sundari
NIM : 200811037
Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul :ANALISIS PENGARUH FAKTOR-FAKTOR
PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
MAHASISWA UNIKA WIDYAKARYA MALANG
DALAM PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE*
DENGAN MERK *BLACKBERRY*

2012 Malang, Juni

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, MP
Niwadolo, MM
NIK : 190015

Drs. Cornelius
NIK : 185004

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Manajemen

Ketua Jurusan

Dra. Silvia Indrarini,MM.ak
Niwadolo, MM
NIK : 193027

Drs. Cornelius
NIK : 185004

Skripsi Yang Berjudul

“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa Unika Widya Karya Malang Dalam Pembelian Handphone dengan Merk *Blackberry*”

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : RATNA SUNDARI

NIM : 200811037

Telah dipertahankan didewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang Pada tanggal : 22 Juni 2012 dan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Strata satu (S1)

Disahkan Oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini,MM.ak

NIK : 193027

Dewan Penguji
Tanda Tangan

1. Dra. Anni Yudiastuti, MP

.....

2. Drs. Cornelius Niwadolo, MM

.....

3. Dra. Eny Yuniriyanti, MM

.....

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan dibawah inimerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Faktor-faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mhasiswa Unika Widya Karya Malang dalam Pembelian Produk *Handphone* Merk *Blackberry*”.

Merupakan karya asli dari :

Nama : Ratna Sundari
Nim : 200811037
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan plagiat baik sebagian maupu seluruhnya.

Dengan pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, juni 2012

(Ratna
Sundari)

DITERIMA DAN DISETUJUI :

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, M.P
Niwadolo N,MM

Drs.Cornelius

NIK : 190015

NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi
Manajemen

Ketua Jurusan

Dra. Silvia Indrarini, MM. Ak
Niwadolo N,MM

Drs. Cornelius

NIK : 193027

NIK : 185004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Ratna Sundari
Nim : 200811037
Universitas : Katolik Widya Karya Malang
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Tempat, tanggal lahir : Malang, 18 September 1988
Alamat : Jl. Nakula 9A malang
Nama Orang Tua (Ayah) : Tjatoer Hari Goetomo
(Ibu) : Sujiyem
Riwayat Pendidikan : -Tamat SD Berijazah tahun 2001
-Tamat SMP Berijazah tahun 2004
-Tamat SMA Berijazah tahun 2008
-Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Karya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan karunia kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik dalam judul: **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa Unika Widya Karya Malang Dalam Membeli Handphone Merk Blackberry”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar strata satu Ekonomi / Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Widya Karya Malang. Dalam penyusunan skripsi ini banyak sekali bantuan yang peneliti terima, baik itu bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dra. Silvia Indrarini, MM., Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.
2. Bapak Cornelius Niwadolo, MM Selaku ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Karya Malang dan selaku Dosen Pembimbing II yang

telah meluangkan waktu sehingga peneliti bisa berkonsultasi berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.

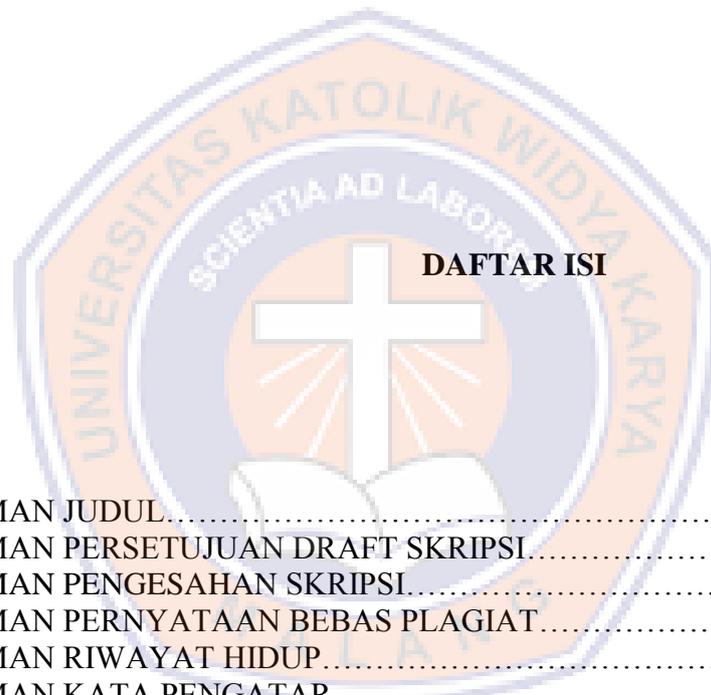
3. Dra. Anni Yudiastuti, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu sehingga peneliti bisa berkonsultasi dan menyumbang pikiran serta tenaga dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dra. Eny Yunirianti, MM yang telah meluangkan waktu dan menyumbangkan pikiran serta tenaga dalam penyusunan skripsi ini.
5. Ayah, Ibu dan Mas Yoyon, adek Refa dan Emi yang saya sayangi telah membantu, mendoakan dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
6. Elred Laras Joharisti Sasgitra Ardi kekasih yang selalu mendampingi saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh sahabat charlota, khususnya Tirza Tiara yang telah membantu dan member semangat dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Mahasiswa/i khususnya yang telah berpartisipasi dalam menjawab kuisisioner yang berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh pihak lain yang terkaitat yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu secara langsung dan tidak langsung.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum pada tingkat kesempurnaan dan masih banyak kekurangan yang masih belum dibenai, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca yang membaca skripsi ini.

Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih atas dukungan, dorongan dan arahan dari semua pihak.

Malang, Juni 2012

Peneliti

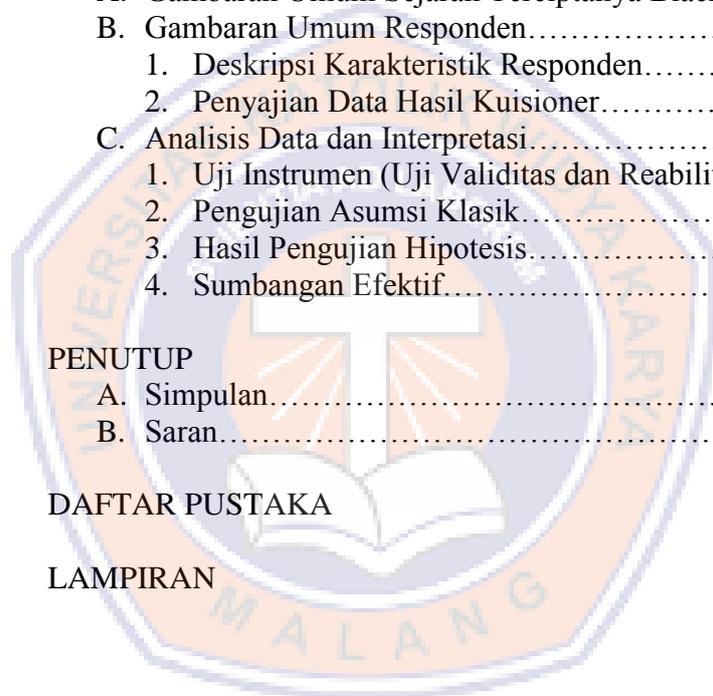


DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	I
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
HALAMAN RIWAYAT HIDUP.....	v
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	vii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	viii
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	5
B. Tinjauan Pustaka.....	6
C. Kerangka Pikir.....	19
D. Hipotesis Penelitian.....	19

BAB III	METODE PENELITIAN	
	A. Jenis Penelitian.....	21
	B. Lokasi Penelitian.....	21
	C. Ruang Lingkup Penelitian.....	21
	D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	21
	E. Sumber Data.....	22
	F. Jenis Data.....	22
	G. Devinisi Operasional.....	23
	H. Devinisi Operasional Variabel.....	24
	I. Metode Pengumpulan Data.....	25
	J. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Sejarah Terciptanya Blackberry.....	32
	B. Gambaran Umum Responden.....	34
	1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	34
	2. Penyajian Data Hasil Kuisisioner.....	38
	C. Analisis Data dan Interpretasi.....	45
	1. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reabilitas).....	45
	2. Pengujian Asumsi Klasik.....	47
	3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	52
	4. Sumbangan Efektif.....	60
BAB V	PENUTUP	
	A. Simpulan.....	64
	B. Saran.....	65
	DAFTAR PUSTAKA	
	LAMPIRAN	





DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Umur	34
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3 Ditribusi Responden Berdasarkan Jurusan.....	36
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Motivasi.....	39

Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Persepsi.....	40
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Pembelajaran.....	41
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Keyakinan dan Sikap.....	42
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Tentang Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Handphone merk BlackBerry.....	43
Tabel 4.9	Uji Validitas dan Reabilitas.....	46
Tabel 4.10	Hasil Pengujian Autokorelasi.....	49
Tabel 4.11	Nilai Varians Inflating Factor.....	50
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Regresi Berganda Antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat.....	53
Tabel 4.13	Sumbangan Efektif.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Grafik Karakteristik Responden.....	38
------------	-------------------------------------	----

Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	48
Gambar 4.3 Normal Plot.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Kuisisioner

Lampiran 1 Tabel Frekuensi Rekapitulasi Hasil Jawaban
Kuisisioner

Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3 Asumsi Klasik

Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 5 Data Responden



“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan
Mahasiswa Universitas Widya Karya Malang Dalam Pembelian Produk
Handphone merk *Blackberry*”

ABTRAKSI

Kegiatan pemasaran yang berorientasi pada pasar dititik beratkan pada pengenalan atau pemahaman tentang kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat. Khususnya pada perusahaan *Handphone* merk *Blackberry*. Dengan persaingan pasar global yang saat ini produk *Handphone* merk *Blackberry* hadir dalam pasar global saat ini.hal ini mengakibatkan setiap perusahaan berusaha mendapatkan pangsa pasar, dari persaingan pangsa pasar yang sama dengan menerapkan kebijakan strategi oleh setiap perusahaan.sehubungan hal tersebut, perusahaan selain memasarkan produknya juga dapat melihat faktor-faktor lain yang perlu diketahui seperti faktor psikologis. Faktor psikologis menekankan pada tindakan penafsiran dan peramalan. Penafsiran dan peramalan terhadap proses pembelajaran konsumen merupakan kunci untuk mengetahui tingkah laku pembelian. Dengan demikian faktor psikologis sangat penting khususnya terhadap pembelian produk *handphone* merk *Blackberry*.

Tujuan Penelitian : (1) Untuk mengetahui signifikansi pengaruh faktor-faktor psikologis konsumen yang terdiri dari : motivasi, resepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap secara serempak dan individu berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli *handphone Blackberry*. (2) Untuk mengetahui faktor psikologis konsumen yang berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk membeli *handphone Blackberry*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian yang bersifat eksplorasi(Explanatory Research). Yaitu penelitian yang menggunakan menganalisis beberapa variabel yang memengaruhi keputusan, dengan meode *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan 1)Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel Faktor psikologis (X) yang terdiri atas Motivasi (X₁), persepsi (X₂), pembelajaran(X₃) keyakinan dan sikap(X₄) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Unika Widya Karya Malang, dengan model regresi $Y = 3,330 + 0,151 X_1 + 0,305 X_2 - 0,080 X_3 + 0,333 X_4$. Demikian pula secara parsial (individual) diketahui bahwa variabel Faktor psikologis (X) yang terdiri atas Motivasi (X₁), persepsi (X₂), pembelajaran(X₃) keyakinan dan sikap(X₄) berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Mahasiswa Unika Widya Karya Malang. faktor-faktor tersebut sangat dipertimbangkan oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian *Handphone* merk *Blackberry*.2)dari besarnya nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa salah satu dari variabel dari faktor internal konsumen yang mempunyai pengaruh dominan (paling besar) terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Unika Widya Karya Malang adalah variabel Faktor keyakinan dan sikap (X₄). Hal ini didukung oleh besarnya nilai koefisien regresi dari variabel Faktor keyakinan dan sikap (X₄) sebesar 0,333 merupakan nilai koefisien regresi terbesar di antara nilai koefisien regresi variabel bebas yang lain. Faktor internal konsumen yang tereksplor mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Mahasiswa Unika Widya

Karya Malang dan faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian adalah Faktor Keyakinan dan Sikap (X_4).

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kegiatan pemasaran yang berorientasi pasar dititik beratkan pada pengenalan atau pemahaman kebutuhan dan keinginan konsumen secara tepat, dan Informasi yang berkaitan dengan hal tersebut dapat diketahui dengan mempelajari dan mengkaji perilaku konsumen dengan memulai dari proses perilaku sebelum pembelian. Keputusan pembelian dilakukan oleh konsumen juga dipengaruhi pula oleh lingkungan. ketika konsumen akan melakukan pembelian suatu produk didasarkan dengan banyak pertimbangan. Contohnya dilingkunagn seperti apa yang dihadapi baik dalam lingkungan keluarga, kerja atau pun pergaulan jaman sekarang.

Dewasa ini *Handphone* semakin diminati untuk parameter seiring dengan semakin berkembangnya pasar global, Di Indonesia semakin banyaknya pula pruduk *handphone* yang ditawarkan dan berbagai fasilitas (fitur) yang beraneka ragam berbagai pilihan produk *handphone*.

Blackberry adalah salah satu produk *handphone* yang mulai diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh Indosat dan *Starhub*. Awalnya *Blackberry* dipergunakan oleh beberapa kalangan saja. Namun sekarang seiring dengan berkembangnya kebutuhan pasar maka *Blackberry* bisa dipergunakan oleh kalangan umum.

Blackberry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan push *e-mail*, telepon, sms, menjelajah internet, *messenger* (Blackberry Messenger / BBM), dan berbagai kemampuan *nirkabel* lainnya. Dengan adanya berbagai fitur-fitur yang tersedia maka dapat mempermudah kinerja pengguna *Blackberry*.

Oleh karena itu *Blackberry* menjadi salah satu *handphone* yang diminati, khususnya dikalangan mahasiswa. Sekarang ini banyak sekali *merk-merk handphone* yang ditawarkan kepada konsumen. Dimana masing-masing *merk handphone* tersebut berusaha untuk membuat produknya lebih unggul dibandingkan dengan merk lain. Maka kegiatan pemasaran yang baik dan tepatlah yang memegang peranan yang penting dalam menunjang kelangsungan usaha dan perkembangan suatu perusahaan. Dengan kata lain, pihak produsen harus mampu merebut hati konsumen akan hasil produksi yang dijual dan berupaya untuk memuaskan kebutuhan konsumennya, sehingga diharapkan dapat membawa kepada peningkatan penjualan yang terkait langsung pada peningkatan pasar. Pembelian konsumen biasanya dipengaruhi oleh faktor-faktor internal konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas judul dalam penelitian ini adalah **“Analisis Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa Unika Widya Karya Malang Dalam Pembelian *Handphone* Merk *Blackberry*”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka permasalahan yang membutuhkan penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut :

1. Apakah faktor-faktor psikologis konsumen yang terdiri dari : motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) secara simultan (serempak) dan parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya untuk membeli *handphone* dengan merk *Blackberry*?
2. Dari faktor-faktor psikologis konsumen faktor-faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan mahasiswa Unika Widya Karya untuk membeli *handphone* merk *Blackberry*?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh faktor-faktor psikologis konsumen yang terdiri dari : motivasi (X1), persepsi (X2), pembelajaran (X3), keyakinan dan sikap (X4) secara simultan (serempak) dan parsial (individu) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli *handphone Blackberry*.
- b. Untuk mengetahui faktor psikologis konsumen yang berpengaruh dominan terhadap keputusan untuk membeli *handphone Blackberry*

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan *handphone* merk Blackberry dalam menentukan produk yang benar-benar sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera konsumen.

b. Bagi Universitas

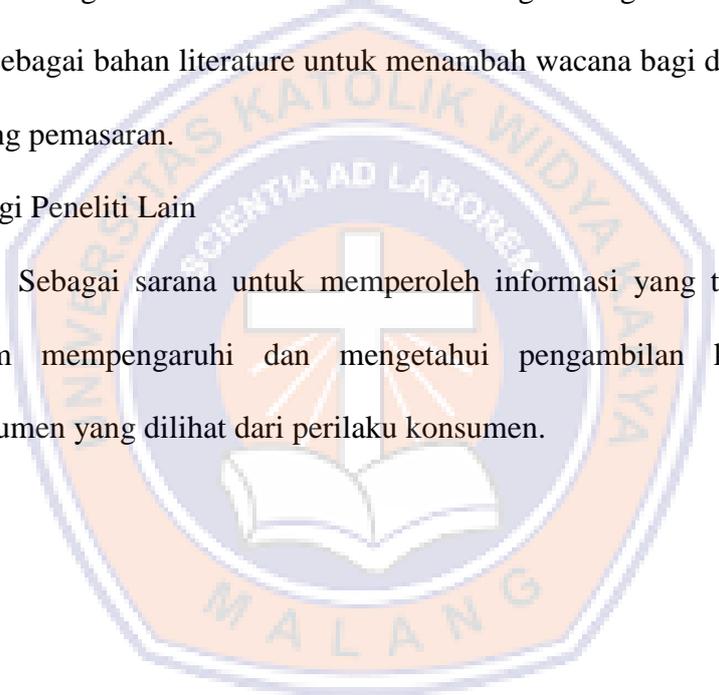
Hasil Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan tambahan referensi bagi universitas dalam menyediakan materi kajian.

c. Bagi Peneliti

Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literature untuk menambah wacana bagi dunia baru dalam bidang pemasaran.

d. Bagi Peneliti Lain

Sebagai sarana untuk memperoleh informasi yang tepat dan akurat dalam mempengaruhi dan mengetahui pengambilan keputusan oleh konsumen yang dilihat dari perilaku konsumen.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Nama dan Judul	Variabel Penelitian	Jenis dan Penelitian Teknis	Hasil Analisis