

SKRIPSI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG

(Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel)

*Diajukan Sebagai Salah Satu
Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian*



OLEH:

ZAIRIN

NIM : 1225104

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN/ S-I
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PASIR PENGARAIAN
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

NAMA : ZAIRIN

NIM : 1225104

JUDUL PENELITIAN: FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG (
Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel)

Skripsi ini telah diperiksa oleh pembimbing I dan pembimbing II serta dinyatakan layak untuk diajukan kesidang seminar Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian

Pasir Pengaraian, Juni 2016

Pembimbing I

Pembimbing II

Makmur, SE. MMA
NIDN: 1010038001

Yulfiti' Aini, SE. MM
NIDN: 1024097802

Mengetahui
Ka. Prodi Manajemen

Seprini, SE. MM
NIDN : 1025097804

ABSTRAK

Zairin. 2016. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handpone Samsung (Studi Kasus Toko Bola Dunia Ponsel) Pembimbing Utama:, Makmur, SE.MMA dan Pembimbing Kedua: Yulfita' Aini, SE,MM

Penelitian ini dilakukan di Toko Bola Dunia Ponsel, tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli ponsel merek Samsung, penelitian ini berjumlah 83 orang dengan teknik *simple random sampling* dimana setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk diseleksi sebagai sampel. Penelitian ini menggunakan hasil pengolahan data dengan cara menggunakan metode observasi, kuesioner, Dokumentasi. Dengan hasil dari rekapitulasi jawaban Responden yaitu Kebudayaan dengan jumlah $.244 > 0,05$, Pribadi dengan jumlah $.635 > 0,05$, Psikolog dengan jumlah $1.840 > 0,05$, dan Kebutuhan Sosial $.692 > 0,05$. Sedangkan besar nilai uji F hitung 29.135 dengan signifikan $0.000 < 0,05$. Nilai F tabel = 15.089. Dengan demikian nilai F hitung = (15.089) lebih besar dari F tabel (0.254) jadi dari data diatas dapat disimpulkan bahwa faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikolog, dan Kebutuhan Sosial mempengaruhi minat masyarakat dalam Membeli Hp merek Samsung di toko Bola Dunia Ponsel Kabupaten Rokan Hulu, sedangkan faktor sosial tidak mempengaruhi.

Kata Kunci: Faktor Kebudayaan, Pribadi, Psikolog, Sosial, Kebutuhan sosial,

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan dibawah ini Saya :

Nama : ZAIRIN

Nim : 1225104

Fakultas : EKONOMI

Studi : MANAJEMEN

Judul : FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN HANDPHONE
SAMSUNG(Studikamus Toko Bola Dunia Ponsel)

Maka menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri dan sepanjang pengetahuan dan keyakinan saya tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademis disuatu instansi Pendidikan serta juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari di temukan unsur plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Pasir Pengaraian, 24 Agustus 2016
Yang Membuat Pernyataan

ZAIRIN
NIM :1225104

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis mengucapkan Syukur dan terima kasih kepada Allah SWT, yang telah memberikan anugerah dan kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan pernah selesai tanpa bantuan dari banyak pihak. Beberapa diantaranya adalah :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Feliatra, DEA Rektor Universitas Pasir Pengaraian yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pada Universitas Pasir Pengaraian.
2. Ibu Yulfita' Aini,. SE., MM Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian Selaku Pembimbing II.
3. Ibu Seprini., SE., MM Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pasir Pengaraian
4. Bapak Makmur., SE., MMA sebagai pembimbing I yang telah mengarahkan penulis dalam menyusun Skripsi ini
5. Terimakasih Kepada Istriku yang ku sayang dan anakku yang penuh rasa cinta
6. Terimakasih kedua Almarhum dan Almarhumah kedua orang tua yang telah membimbing kita selaku anak.
7. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebut satu persatu, yang telah memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini.

Akhir kata, penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pemerintah, peneliti lain dan semua pihak yang berkepentingan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang manajemen.

Pasir Pengaraian, 2 November 2016

Zairin

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	
HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEP TUAL, DAN HIPOTESIS	7
A. Landasan Teori.....	7
B. Kerangka Konseptual	21
C. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Ruang Lingkup Penelitian	23
B. Populasi dan Sampel	23
C. Jenis dan Sumber Data.....	24
D. Teknik pengumpulan data	25
E. Depenisi operasional.....	26
F. Instrument Penelitian	27
G. Teknik Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum.....	32
a. Struktur Organisasi.....	38
B. Karakteristik Responden.....	39
a. Umur.....	40
C. Analisis Data Penelitian.....	40
D. Pembahasan.....	46

BAB V PENUTUP.....	48
a. Kesimpulan.....	48
b. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Data Penjualan	2
Tabel 3.1. Devenisi Operasional	27
Tabel 3.2. Tingkat Capaian responden (TCR)	29
Tabel 3.3. Skor pilihan jawaban responden	29
Tabel 4.1. Data Karakteristik Berdasarkan Umur	39
Tabel 4.2. Data jawaban Responden Dari Indikator Kebudayaan	40
Tabel 4.3. Data jawaban Responden Dari Indikator Sosial	40
Tabel 4.4. Data jawaban Responden Dari Indikator Peribadi	41
Tabel 4.5. Data jawaban Responden Dari Indikator Psikolog	42
Tabel 4.6. Data jawaban Responden Dari Indikator Kebudayaan Sosial	42
Tabel 4.7. Data Model Sumeri	43
Tabel 4.8. Data Uji Validitas.....	44
Tabel 4.9. Data Uji Hipotesis	45
Tabel 4.10. Data Uji Regresi Linier Berganda.....	45

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka konseptual	21
Gambar 4.1 Struktur Oganisasi.....	38