

## ABSTRAK

Dalam perilaku konsumen, seorang pembeli akan melakukan penilaian yang kemudian pada akhirnya akan mempengaruhi proses pengambilan keputusannya atas pembelian barang atau jasa tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subyektif dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di kalangan mahasiswa/I ekonomi universitas kristen maranatha. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa norma subyektif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Analisis data menggunakan regresi berganda dengan uji F dan uji t. Gaya hidup memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Pemimpin ritel Samsung sebaiknya fokus pada keputusan pembelian konsumen perusahaan antara lain sikap, norma subyektif, serta gaya hidup, hal ini dilakukan agar penjualan dan juga keuntungan perusahaan dapat meningkat.

Kata kunci: sikap, norma subyektif, gaya hidup, keputusan pembelian



## **ABSTRACT**

*In consumer behavior, the buyer will make an assessment that will affect the decision to make process of purchasing goods or services. The purpose of this study is to determine the influence of attitudes, subjective norms and lifestyles on purchasing decisions of the Maranatha Christian University students. Hypothesis test results found that subjective norms have no significant effect on purchasing decisions. Data analysis used F test and t test multiple regression. Lifestyle has a dominant influence on purchasing decisions. Samsung's retail leader should focus on consumer purchasing decisions such as attitudes, subjective norms and lifestyle, this matter have been done in order to increased company sales and profits.*

*Key words: Attitude, subjective norms, lifestyle, purchasing decisions*



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia) .....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris) .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Manajemen Pemasaran .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	8
2.2 Bauran Pemasaran .....	11
2.3 Perilaku Konsumen .....	15
2.3.1 Pentingnya Perilaku Konsumen .....	18
2.3.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	19
2.3.2.1 Faktor Budaya .....	20
2.3.2.2 Faktor Sosial .....	21
2.3.2.3 Faktor Pribadi .....	22
2.3.2.4 Faktor Psikologis .....	24
2.4 <i>Theory of Reasoned Action</i> (Teori Tindakan Beralasan) .....	30
2.5 <i>Theory of Planned Behavior</i> (Teori Perilaku Rencana) .....	32
2.6 Sikap .....	35
2.7 Norma Subyektif .....	39
2.8 Gaya Hidup .....	40
2.9 Keputusan Pembelian .....	45
2.10 Hipotesis .....	48
2.11 Kerangka Teoritis .....	49
2.12 Kerangka Pemikiran .....	50
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Waktu dan Lokasi Penelitian .....	51
3.2 Jenis dan Sumber Penelitian .....	51
3.3 Populasi dan Sampel .....	52

3.5.1 Populasi .....	52
3.3.2 Sampel .....	52
3.4 Objek Penelitian .....	53
3.5 Jenis Penelitian .....	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	54
3.7 Variabel Penelitian .....	55
3.8 Metode Analisis Data .....	58
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	58
3.8.2 Analisis Data .....	58
3.8.2.1 Uji Validitas .....	58
3.8.2.2 Uji Reliabilitas .....	59
3.8.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	59
3.8.3 Analisis Regresi Berganda .....	61
3.8.3.1 Uji Goodness of Fit .....	62
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Hasil Uji Deskriptif .....	65
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	78
4.2.1 Uji Validitas .....	78
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	82
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	83
4.3.1 Uji Normalitas .....	83
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	84
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	84
4.4 Pengujian Hipotesis .....	85
4.4.1 Pengujian Hipotesis Simultan .....	88
4.4.2 Pengujian Hipotesis Parsial .....	89
4.4.2.1 Variabel Sikap Terhadap Keputusan Pembelian .....	89
4.4.2.2 Variabel Norma Subyektif Terhadap Keputusan Pembelian .....	89
4.4.2.3 Variabel Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	89
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran .....	91
5.2.1 Saran Akademis .....	91
5.2.2 Saran Praktis .....	91
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	92
<b>LAMPIRAN</b> .....	94

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen (Kotler, 2008) ..... 20
Gambar 2.2	Teori Perilaku Terencanaan ..... 33
Gambar 2.3	Kerangka Teoritis ..... 49
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran ..... 50



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Penjualan Smartphone di Seluruh Dunia Untuk Pengguna Akhir oleh Vendor Tahun 2014 (ribuan unit) 2
Tabel 4.1	Deskriptif Jurusan ..... 65
Tabel 4.2	Deskriptif Biaya Hidup / Bulan ..... 65
Tabel 4.3	Jenis Kelamin ..... 66
Tabel 4.4	Lama Penggunaan Smartphone Samsung ..... 66
Tabel 4.5	Frekuensi Membeli Smartphone Samsung ..... 67
Tabel 4.6	Sikap 1 ..... 67
Tabel 4.7	Sikap 2 ..... 68
Tabel 4.8	Sikap 3 ..... 68
Tabel 4.9	Sikap 4 ..... 69
Tabel 4.10	Norma Subyektif 1 ..... 70
Tabel 4.11	Norma Subyektif 2 ..... 70
Tabel 4.12	Norma Subyektif 3 ..... 71
Tabel 4.13	Norma Subyektif 4 ..... 72
Tabel 4.14	Gaya Hidup 1 ..... 72
Tabel 4.15	Gaya Hidup 2 ..... 73
Tabel 4.16	Gaya Hidup 3 ..... 73
Tabel 4.17	Gaya Hidup 4 ..... 74
Tabel 4.18	Keputusan Pembelian 1 ..... 75
Tabel 4.19	Keputusan Pembelian 2 ..... 75
Tabel 4.20	Keputusan Pembelian 3 ..... 76
Tabel 4.21	Keputusan Pembelian 4 ..... 77
Tabel 4.22	Keputusan Pembelian 5 ..... 77
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas Sikap ..... 78
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas Norma Subyektif ..... 79
Tabel 4.25	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup ..... 80
Tabel 4.26	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian ..... 81
Tabel 4.27	Hasil Uji Reliabilitas ..... 82
Tabel 4.28	Hasil Uji Normalitas ..... 83
Tabel 4.29	Hasil Uji Multikolinearitas ..... 84
Tabel 4.30	Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 85
Tabel 4.31	Hasil Uji Regresi Berganda ..... 86
Tabel 4.32	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan ..... 87
Tabel 4.33	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial ..... 88
Tabel 4.34	Uji Koefisien Determinasi (Besar Pengaruh) ..... 90

## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran A	Kuesioner .....	94
Lampiran B	Data Mentah.....	98

