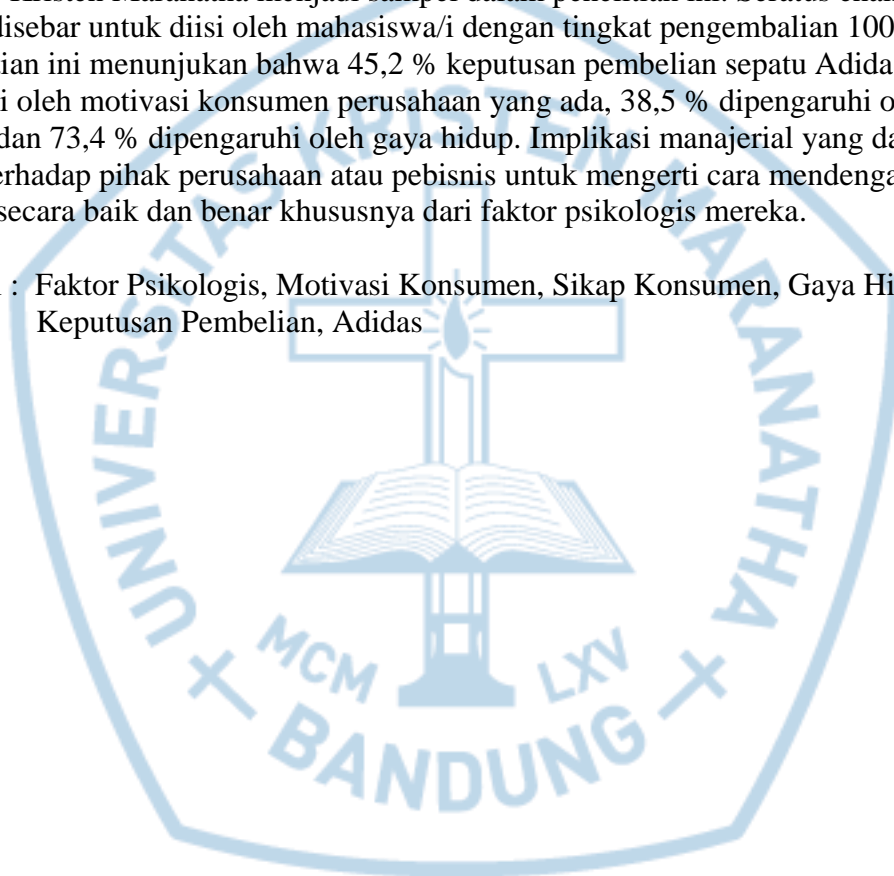


## ABSTRAK

Dunia *fashion* semakin berkembang pesat dari era ke era belakangan ini, khususnya dalam bidang sepatu. Pada jaman sekarang, orang lebih banyak memperhatikan penampilan mereka daripada orang di jaman dahulu, karena masyarakat mengikuti perkembangan jaman. Hal ini membuat para perusahaan- perusahaan atau individu untuk berinteraksi bahkan berbisnis dengan relasinya dengan cara membuat sepatu yang beraneka ragam model, dari hal ini dapat disimpulkan bahwa persaingan perusahaan dalam berbisnis dan memperhatikan kebutuhan konsumen secara profesional dan secara psikologis semakin meningkat dari jaman ke jaman khususnya pada perusahaan sepatu Adidas. Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh faktor psikologis (motivasi konsumen, sikap konsumen dan gaya hidup) terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas. Data dikumpulkan lewat survey. Mahasiswa/i Universitas Kristen Maranatha menjadi sampel dalam penelitian ini. Seratus enam puluh kuesioner disebar untuk diisi oleh mahasiswa/i dengan tingkat pengembalian 100%. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 45,2 % keputusan pembelian sepatu Adidas dipengaruhi oleh motivasi konsumen perusahaan yang ada, 38,5 % dipengaruhi oleh sikap konsumen dan 73,4 % dipengaruhi oleh gaya hidup. Implikasi manajerial yang dapat diajukan pelatihan terhadap pihak perusahaan atau pebisnis untuk mengerti cara mendengar kebutuhan konsumen secara baik dan benar khususnya dari faktor psikologis mereka.

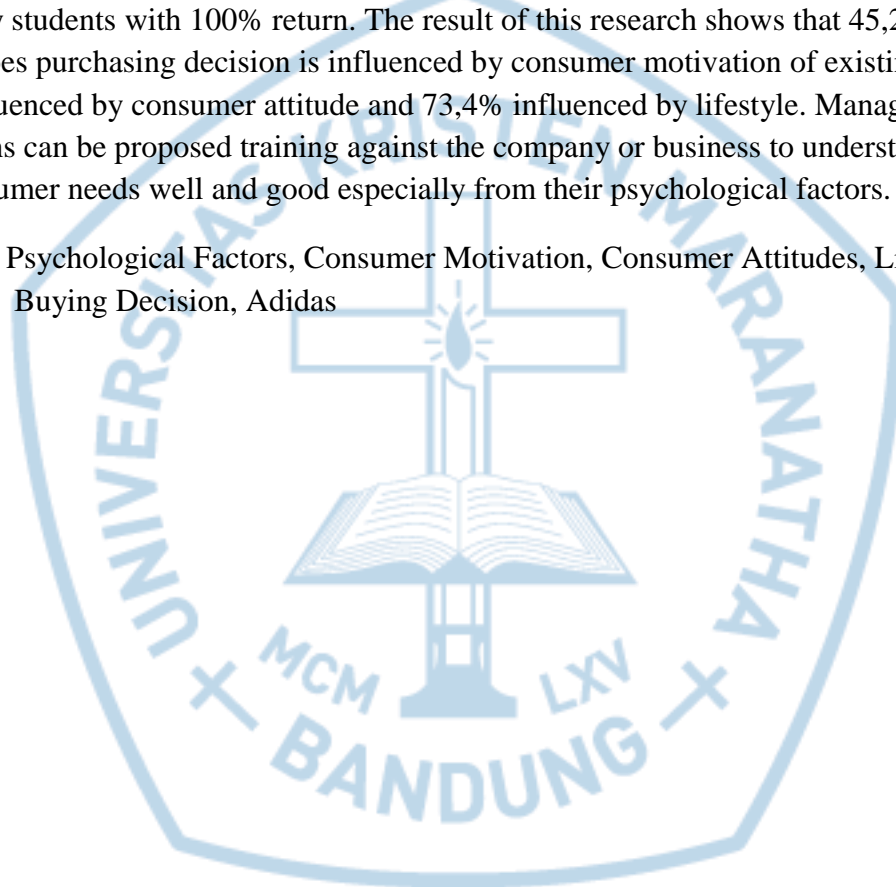
Kata Kunci : Faktor Psikologis, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Gaya Hidup.  
Keputusan Pembelian, Adidas



## ABSTRACT

The world of fashion is growing rapidly from era to era lately, especially in the field of shoes. In today's world, people pay more attention to their appearance than people in long-ago, because people follow the times era. This makes the companies or individuals to interact and even do business with their relationships by creating a shoes that have a variety of models, from this it can be concluded that the company's competition in business and attention to the needs of consumers in a professional and psychologically increasing from era to era especially in Adidas shoes company. Thus this study was conducted to examine the influence of psychological factors (consumer motivation, consumer attitude and lifestyle) to the purchase decision of Adidas shoes. Data collected by survey. Maranatha Christian University students were sampled in this study. One hundred and sixty questionnaires were distributed to be filled by students with 100% return. The result of this research shows that 45,2% of Adidas shoes purchasing decision is influenced by consumer motivation of existing company, 38,5% influenced by consumer attitude and 73,4% influenced by lifestyle. Managerial implications can be proposed training against the company or business to understand how to listen consumer needs well and good especially from their psychological factors.

Keywords: Psychological Factors, Consumer Motivation, Consumer Attitudes, Lifestyle. Buying Decision, Adidas

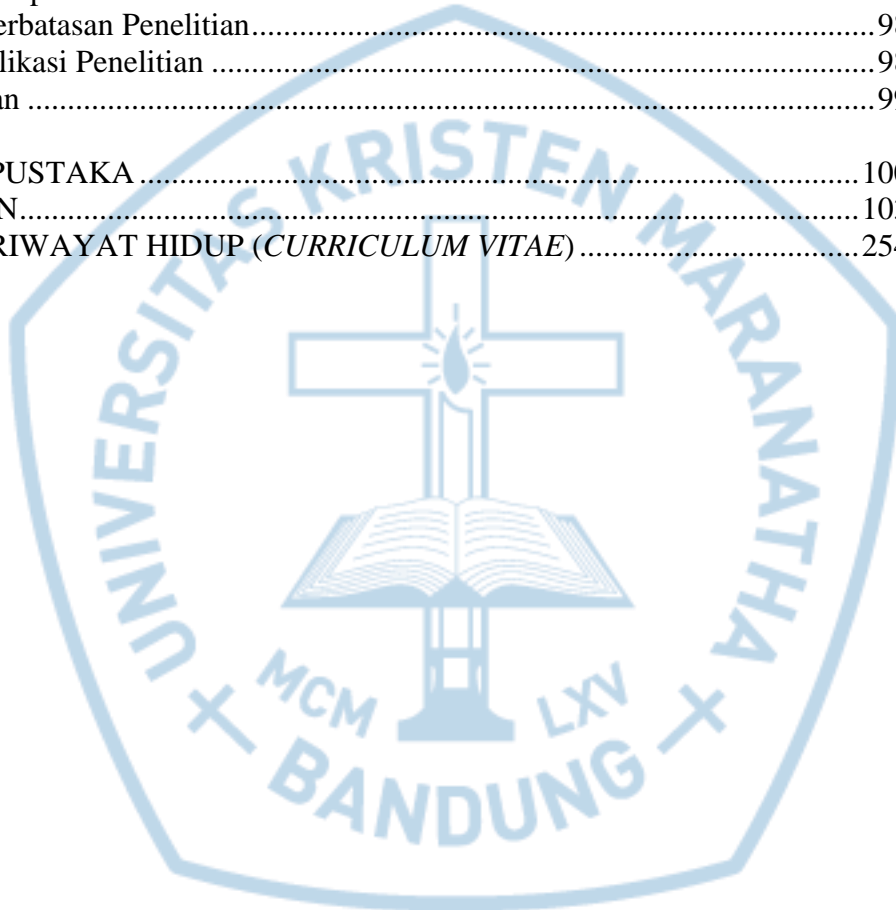


## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL (Bahasa Indonesia).....	i
HALAMAN JUDUL (Bahasa Inggris).....	ii
LEMBAR HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....	iv
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Kajian Pustaka.....	8
2.1.1 Pemasaran .....	8
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	8
2.1.3 Strategi Pemasaran.....	8
2.1.3.1 Konsep Strategi Pemasaran.....	9
2.1.3.2 Perumusan Strategi Pemasaran .....	9
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	11
2.1.5 Produk.....	13
2.1.5.1 Tingkat Produk .....	14
2.1.5.2 Klasifikasi Produk.....	14
2.1.5.3 Hierarki Produk.....	15
2.1.5.4 Kualitas Produk.....	16
2.1.6 Segmentasi Pasar .....	17
2.1.6.1 Tujuan Segmentasi Pasar .....	17
2.1.6.2 Pendekatan-pendekatan Segmentasi .....	17
2.1.7 Pasar Sasaran .....	18
2.1.8 <i>Positioning</i> .....	20
2.1.9 Perilaku Konsumen .....	21
2.1.9.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ..	23
2.1.10 Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.1.11 Motivasi .....	24
2.1.12 Sikap .....	24
2.1.13 Gaya Hidup .....	25
2.1.14 Keputusan Pembelian.....	27

2.1.14.1 Faktor penyebab keputusan pembelian .....	27
2.1.14.2 Tahapan – Tahapan Proses Pengambilan Keputusan.....	27
2.1.14.3 Pihak – Pihak Yang Berperan Dalam Proses Pembelian .....	29
2.2 Riset Empiris.....	30
2.3 Rerangka Teori.....	34
2.4 Rerangka Pemikiran.....	35
2.5 Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Populasi, Sampel.....	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel.....	37
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3.1 Operasional Variabel .....	40
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Data Primer .....	42
3.4.2 Data Sekunder .....	43
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.5.1 Analisis Data Kualitatif.....	43
3.5.2 Analisis Data Kuantitatif.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	50
4.1.1 Identitas Responden .....	50
4.1.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.1.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan / Uang	
Saku per Bulan .....	52
4.1.2 Analisis Tanggapan Konsumen .....	53
4.1.2.1 Analisis Tanggapan Konsumen Berkaitan Dengan	
Variabel Motivasi Konsumen .....	53
4.1.2.2 Analisis Tanggapan Konsumen Berkaitan Dengan	
Variabel Sikap Konsumen .....	56
4.1.2.3 Analisis Tanggapan Konsumen Berkaitan Dengan	
Variabel Gaya Hidup .....	60
4.1.2.4 Analisis Tanggapan Konsumen Berkaitan Dengan	
Variabel Keputusan Pembelian.....	64
4.1.3 Analisis Uji Instrumen .....	75
4.1.3.1 Analisis Uji Kecukupan Sampel .....	76
4.1.3.2 Analisis Uji Validitas .....	76
4.1.3.3 Analisis Uji Reliabilitas .....	80
4.1.4 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	82
4.1.4.1 Analisis Uji Normalitas.....	82
4.1.4.2 Analisis Uji Multikolinieritas.....	83
4.1.4.3 Analisis Uji Heteroskedastisitas .....	84
4.1.5 Analisis Hipotesis .....	85
4.1.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda .....	85
4.1.5.2 Analisis Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	87
4.1.5.3 Analisis Uji Pengaruh Parsial (Uji t) .....	88

4.1.5.4 Analisis Uji Determinasi.....	91
4.2 Analisis Hasil Pembahasan .....	92
4.2.1 Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	92
4.2.2 Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian.....	93
4.2.3 Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian..	94
4.2.4 Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	95
4.3 Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	96
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	98
5.3 Implikasi Penelitian .....	98
5.4 Saran .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>103</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP (CURRICULUM VITAE)</b> .....	<b>254</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bauran Pemasaran.....	11
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2.3 Model Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	23
Gambar 2.4 Model Tahapan – Tahapan Proses Pengambilan Keputusan .....	28
Gambar 2.5 Rerangka Teori.....	34
Gambar 2.6 Rerangka Pemikiran.....	35



## DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Riset Empiris.....	30
3.1 Tabel Operasional Variabel .....	40
4.1 Tabel Jenis Kelamin Responden .....	50
4.2 Tabel Usia Responden .....	51
4.3 Tabel Penghasilan Responden .....	52
4.4 Tabel Indikator MK-1 .....	53
4.5 Tabel Indikator MK-2 .....	54
4.6 Tabel Indikator MK-3 .....	54
4.7 Tabel Indikator MK-4 .....	55
4.8 Tabel Indikator MK-5 .....	55
4.9 Tabel Indikator MK-6 .....	56
4.10 Tabel Indikator SK-1 .....	57
4.11 Tabel Indikator SK-2 .....	57
4.12 Tabel Indikator SK-3 .....	58
4.13 Tabel Indikator SK-4 .....	58
4.14 Tabel Indikator SK-5 .....	59
4.15 Tabel Indikator SK-6 .....	59
4.16 Tabel Indikator SK-7 .....	60
4.17 Tabel Indikator GH-1 .....	60
4.18 Tabel Indikator GH-2 .....	61
4.19 Tabel Indikator GH-3 .....	62
4.20 Tabel Indikator GH-4 .....	62
4.21 Tabel Indikator GH-5 .....	63
4.22 Tabel Indikator GH-6 .....	63
4.23 Tabel Indikator KP-1 .....	64
4.24 Tabel Indikator KP-2 .....	65
4.25 Tabel Indikator KP-3 .....	65
4.26 Tabel Indikator KP-4 .....	66
4.27 Tabel Indikator KP-5 .....	66
4.28 Tabel Indikator KP-6 .....	67
4.29 Tabel Indikator KP-7 .....	67
4.30 Tabel Indikator KP-8 .....	68
4.31 Tabel Indikator KP-9 .....	68
4.32 Tabel Indikator KP-10 .....	69
4.33 Tabel Indikator KP-11 .....	70
4.34 Tabel Indikator KP-12 .....	70
4.35 Tabel Indikator KP-13 .....	71
4.36 Tabel Indikator KP-14 .....	71
4.37 Tabel Indikator KP-15 .....	72
4.38 Tabel Indikator KP-16 .....	73
4.39 Tabel Indikator KP-17 .....	73
4.40 Tabel Indikator KP-18 .....	74
4.41 Tabel Indikator KP-19 .....	74
4.42 Tabel Indikator KP-20 .....	75
4.43 Tabel Analisis Uji Kecukupan Sampel .....	76

4.44 Tabel Uji Validitas Awal .....	77
4.45 Tabel Uji Validitas Akhir.....	78
4.46 Tabel Valid.....	79
4.47 Tabel Analisis Uji Reliabilitas Motivasi Konsumen .....	80
4.48 Tabel Analisis Uji Reliabilitas Sikap Konsumen.....	81
4.49 Tabel Analisis Uji Reliabilitas Gaya Hidup.....	81
4.50 Tabel Analisis Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian .....	82
4.51 Tabel Analisis Uji Normalitas .....	83
4.52 Tabel Analisis Uji Heterokedastisitas.....	84
4.53 Tabel Analisis Uji Pengaruh Korelasi.....	85
4.54 Tabel Analisis Uji Regresi Linear Berganda .....	86
4.55 Tabel Analisis Uji Pengaruh Simultan (Uji F).....	88
4.56 Tabel Analisis Uji Pengaruh Simultan (Uji t).....	89
4.57 Tabel Korelasi Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	90
4.58 Tabel Korelasi Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	90
4.59 Tabel Korelasi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian .....	91
4.60 Tabel Koefisien Determinasi .....	92
4.61 Tabel Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	96





## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran B Data Responden .....	110
Lampiran C Pernyataan Kuesioner .....	116
Lampiran D Uji Validitas.....	126
Lampiran E Uji Reliabilitas .....	246
Lampiran F Uji Asumsi Klasik .....	252
Lampiran G Uji Analisis Data .....	253

