

**PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. SURYA INDAH MOTOR JEPARA**



Diajukan Oleh :

MIFTAHUL HUDA

NIM 2014 11 179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2020**



**PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. SURYA INDAH MOTOR JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

MIFTAHUL HUDA

NIM 2014 11 179

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

TAHUN 2020

**PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. SURYA INDAH MOTOR JEPARA**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan tim penguji ujian skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing I



Dina Lusianti, SE. MM. AAK.
NIDN : 0630098401



Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M
NIDN : 0026065516

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dosen Pembimbing II



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
NIDN : 0618066201



Dina Lusianti, SE. MM. AAK.
NIDN : 0630098401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Hai anak anakku, pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah. melainkan kaum yang kafir”

(QS. Yusuf: 87)

“Apakah manusia itu mengira bahwa mereka dibiarkan saja mengatakan, “Kami telah beriman”, sedangkan mereka tidak diuji? Dan sesungguhnya Kami telah menguji orang-orang yang sebelum mereka, maka sesungguhnya Allah mengetahui orang-orang yang benar dan sesungguhnya Dia mengetahui orang-orang yang dusta.”

(QS. Al-Ankabut: 2-3)

Persembahan :

Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk :

- ✓ Orang tuaku yang selalu mendukung
- ✓ Kakak dan adikku tersayang
- ✓ Saudara yang selalu ku banggakan
- ✓ Sahabatku yang berjuang bersama
- ✓ Dosen dan almamater Universitas Muria Kudus

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Sosial, Pribadi, dan Psikologi terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Surya Indah Motor Jepara**”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus Jurusan Manajemen Pemasaran.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Dr. Suparno, SH, M.S selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
- 2) Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
- 3) Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muria Kudus.
- 4) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.
- 5) Dina Lusianti, SE. MM. AAK selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan bimbingan, masukan arahan maupun motivasi demi terwujudnya skripsi ini.

- 6) Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, khususnya dosen jurusan Manajemen Universitas Muria Kudus atas segala ilmu yang telah diberikan.
- 7) Kepada ayah, ibu, kakak dan adikku tercinta yang telah memberikan ketulusan doa, semangat dan kasih sayang yang tulus.
- 8) CV. Surya Indah Motor Jepara sebagai tempat dilaksanakannya skripsi ini beserta seluruh pimpinan dan staff karyawan yang telah membantu segala kelancarannya.
- 9) Semua pihak yang telah membantu penulis selama ini, dan terutama dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik maupun saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan, agar kelak penulis dapat menghasilkan karya yang lebih baik dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Kudus, Agustus 2020

MIFTAHUL HUDA
2014-11-179

**PENGARUH SOSIAL, PRIBADI, DAN PSIKOLOGI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA CV. SURYA INDAH MOTOR JEPARA**

MIFTAHUL HUDA

2014-11-179

Pembimbing :

(1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M (2) Dina Lusianti, SE. MM. AAK

ABSTRAKSI

Persaingan di dunia perdagangan sangat ketat, apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia tanpa batas dan fenomena ini menarik untuk kita amati. Karena itu banyak produsen barang dan jasa dari suatu negara berlomba-lomba meningkatkan kualitas produknya dan bersaing dengan produsen negara lain untuk menarik minat konsumen di dalam persaingan bisnis. Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Dengan perkataan lain, apakah seseorang merasa terlibat atau tidak terhadap suatu produk ditentukan apakah dia merasa penting atau tidak dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa. Ada konsumen yang mempunyai keterlibatan tinggi dalam pembelian suatu produk atau jasa, dan ada juga konsumen yang mempunyai keterlibatan yang rendah atas pembelian suatu produk atau jasa.

Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Surya Indah Motor Jepara dengan jumlah konsumen sebanyak 164 konsumen. Metode pengumpulan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* artinya dalam menentukan responden berdasarkan karakteristik tertentu. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (3) Psikologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (4) Ada pengaruh yang signifikan antara variabel sosial, pribadi, dan psikologi terhadap keputusan pembelian secara berganda, karena nilai $F_{hitung} 73,124 > f_{tabel}$ sebesar 2,69 dengan probabilitas signifikansi SPSS (P-value) = 0,000 atau $0\% < 5\%$.

Kata Kunci : Sosial, Pribadi, dan Psikologi, dan Keputusan Pembelian

**SOCIAL, PERSONAL AND PSYCHOLOGICAL EFFECTS
ON PURCHASE DECISIONS
ON CV. SURYA INDAH MOTOR JEPARA**

MIFTAHUL HUDA

2014-11-179

Advisor :

(1) Dr. Drs. Ag Sunarno H, S.H, S.Pd, M.M (2) Dina Lusianti, SE. MM. AAK

ABSTRACTION

Competition in the world of trade is very tight, especially with globalization which has led to the emergence of free trade which makes the world without borders and this phenomenon is interesting for us to observe. Therefore, many producers of goods and services from one country are competing to improve the quality of their products and compete with other country producers to attract consumers in business competition. Purchasing decisions are consumer decisions regarding preferences for brands in the choice set. The level of consumer involvement in a purchase is influenced by a stimulus (stimulus). In other words, whether a person feels involved or not in a product is determined whether he feels important or not in making a product or service purchase decision. There are consumers who have a high involvement in the purchase of a product or service, and there are also consumers who have a low involvement in the purchase of a product or service.

The target population in this study are consumers of CV. Surya Indah Motor Jepara with 164 consumers. The sample collection method is done by purposive sampling, meaning that in determining the respondents based on certain characteristics. Analysis of the data used in this study using multiple regression analysis. The results showed that (1) Social had a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) Personal had a positive and significant effect on purchasing decisions, (3) Psychology had a positive and significant effect on purchasing decisions, (4) There was a significant influence between the variables of social, personal, and psychology of purchasing decisions multiple, because the value of $F_{count} 73,124 > f_{tabel}$ of 2.69 with a probability of significance SPSS (P -value) = 0,000 or 0% < 5%

Keywords: Social, Personal, and Psychological, and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	vii
<i>ABSTRACTION</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Ruang Lingkup	7
1.3. Perumusan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Manajemen Pemasaran	13
2.2. Variabel Sosial	15
2.3. Variabel Pribadi	18
2.4. Variabel Psikologis	19
2.5. Keputusan Pembelian	21
2.6. Pengaruh Antar Variabel	22
2.7. Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis	28
2.9. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1. Rancangan Penelitian	30

	Halaman
3.2. Variabel Penelitian.....	33
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	33
3.4. Populasi dan Sampel.....	35
3.5. Pengumpulan Data.....	37
3.6. Pengolahan Data.....	38
3.7. Uji Intrumen Penelitian.....	39
3.8. Analisis Data.....	41
3.9. Uji Hipotesis.....	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2. Penyajian Data.....	51
4.3. Analisis Data.....	57
4.4. Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	71
5.1. Kesimpulan.....	71
5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 <i>Market Share</i> (Pangsa Pasar) Mobil di Kota Jepara.....	3
Tabel 1.2 Penjualan CV Surya Indah Motor Jepara per Agustus 2019 s/d Juli 2020.....	4
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Sosial.....	46
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Pribadi.....	47
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Psikologis.....	48
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4.9 Hasil Analisis Parsial.....	53
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Berganda.....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis	24

