



**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, FAKTOR PRIBADI
DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA HSN *COLLECTION* KUDUS**

Diajukan Oleh :

KHOIRUN NIAM
NIM 2017-11-190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**



**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, FAKTOR PRIBADI
DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA HSN *COLLECTION* KUDUS**

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

Oleh :

KHOIRUN NIAM
NIM 2017-11-190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2024**

**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, FAKTOR PRIBADI DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HSN**

COLLECTION KUDUS

Nama : Khoirun Niam

NIM : 201711190

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, ...14 Agustus 2024

Pembimbing I

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Pembimbing II

(Iwan Suroso, S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

**PENGARUH PSIKOLOGI KONSUMEN, FAKTOR PRIBADI DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HSN**

COLLECTION KUDUS

Nama : Khoirun Niam

NIM : 201711190

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

Mengetahui,

Ketua Program Studi


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

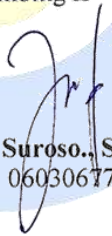
Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)
NIDN. 0024037701

Mengetahui,


Dekan
(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M.)
NIDN. 0616077304

Pembimbing II


(Iwan Suroso., S.E., M.M., CFP)
NIDN. 0603067701



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

"Katakanlah: 'Adakah sama orang-orang yang mengetahui dengan orang-orang yang tidak mengetahui?' Sesungguhnya orang yang berakal sehat yang dapat menerima pelajaran." (QS. Az-Zumar 39:9)

PERSEMBAHAN :

Dengan penuh rasa syukur dan kebanggaan, skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Orang tuaku tercinta, Ayah Khusain dan Ibu Rohmi, yang selalu memberikan dukungan tanpa henti, baik secara moral maupun materi. Terima kasih atas kasih sayang, doa, dan pengorbanan kalian yang tiada henti.
2. Saudaraku Noor Shobah tersayang, yang selalu memberikan semangat dan keceriaan dalam setiap hariku. Terima kasih atas dukungan dan pengertiannya.
3. Dosen pembimbingku, yang telah memberikan bimbingan, ilmu, serta nasihat yang berharga. Terima kasih atas waktu dan perhatian yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Almamater tercinta, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menimba ilmu dan mengembangkan diri.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Psikologi Konsumen, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada HSN Collection Kudus**”. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Pada kesempatan kali ini, dengan segala kerendahan hati penulis berkeinginan untuk menyampaikan rasa terimakasih atas bantuan, bimbingan, dukungan, semangat, serta do'a kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus terimakasih atas bimbingan kepada penulis dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus terimakasih atas bimbingan kepada penulis dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.
4. Iwan Suroso., S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dan terimakasih atas bantuan yang telah diberikan selama menjalani masa studi.

5. Segenap dosen pengajar dan tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai harganya, masukan, pemikiran dan tenaga selama proses pembelajaran yang dapat menambah wawasan bagi penulis.
6. HSN Collection Kudus yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan terimakasih selalu membantuku dalam semua pengerjaan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis dan umumnya bagi para pembaca.

Kudus, Agustus 2024

Penulis,



Khoirun Niam
NIM. 201711190

Pengaruh Psikologi Konsumen, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada HSN Collection Kudus

KHOIRUN NIAM

NIM. 201711190

Pembimbing : 1. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
2. Iwan Suroso., S.E., M.M.

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

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh psikologi konsumen, faktor pribadi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening pada HSN Collection Kudus. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini sebanyak 125 responden konsumen HSN *Collection* Kudus dan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik analisis data menggunakan SEM AMOS. Hasil penelitian menyatakan bahwa Psikologi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen HSN *Collection* Kudus. Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen HSN *Collection* Kudus. Faktor sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen HSN *Collection* Kudus. Psikologi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen HSN *Collection* Kudus. Faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen HSN *Collection* Kudus. Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen HSN *Collection* Kudus. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen HSN *Collection* Kudus.

Kata Kunci : Psikologi Konsumen, Faktor Pribadi, Faktor Sosial, Minat Beli, Keputusan Pembelian.

***The Influence of Consumer Psychology, Personal Factors and Social Factors
on Purchasing Decisions with Purchase Intention as an Intervening Variable at
the HSN Kudus Collection***

KHOIRUN NIAM

NIM. 201711190

Lecturer : 1. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.
2. Iwan Suroso., S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT**

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the influence of consumer psychology, personal factors and social factors on purchasing decisions with purchase interest as an intervening variable at HSN Collection Kudus. The approach used in this research is a quantitative approach. The sample in this study was 125 respondents of HSN Collection Kudus consumers and the sampling used the purposive sampling method. The data collection technique used in this research is a questionnaire. The data analysis technique uses SEM AMOS. The results of the research state that consumer psychology has a positive and significant influence on consumers' buying interest in the HSN Collection Kudus. Personal factors do not influence consumers' buying interest in the HSN Collection Kudus. Social factors have a positive and significant influence on consumers' buying interest in the HSN Collection Kudus. Consumer psychology has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at HSN Collection Kudus. Personal factors have a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at HSN Collection Kudus. Social factors do not influence consumer purchasing decisions at HSN Collection Kudus. Purchase interest has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at HSN Collection Kudus.

Keywords: Consumer Psychology, Personal Factors, Social Factors, Purchase Intentions, Purchase Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	6
1.3 Perumusan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Psikologi Konsumen	10
1. Pengertian Psikologi Konsumen	10
2. Indikator-Indikator Psikologi Konsumen	12

	Halaman
2.1.2 Faktor Pribadi	13
1. Pengertian Faktor Pribadi	13
2. Indikator-Indikator Faktor Pribadi.....	16
2.1.3 Faktor Sosial.....	18
1. Pengertian Faktor Sosial	18
2. Indikator-Indikator Faktor Sosial.....	20
2.1.4 Minat Beli	21
1. Pengertian Minat Beli	21
2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	24
3. Indikator-Indikator Minat Beli.....	25
2.1.5 Keputusan Pembelian	26
1. Pengertian Keputusan Pembelian	26
2. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	29
3. Indikator-Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu	35
2.3 Pengaruh Antar Variabel.....	39
2.3.1 Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Minat Beli.....	39
2.3.2 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Minat Beli	40
2.3.3 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Beli	41
2.3.4 Pengaruh Psikologi konsumen terhadap Keputusan Pembelian....	42
2.3.5 Pengaruh Faktor pribadi terhadap Keputusan Pembelian.....	43
2.3.6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian	44
2.3.7 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian	45
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	46
2.5 Hipotesis	47

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian.....	50
-------------------------------	----

	Halaman
3.2 Variabel Penelitian.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	56
3.4 Populasi dan Sampel	57
3.5 Pengumpulan Data	58
3.6 Pengolahan Data	59
3.7 Analisis Data	60
 BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	69
4.2 Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	70
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	71
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
4.3 Analisis Deskriptif	73
4.4 Uji Instrumen Data.....	77
4.4.1 Uji Validitas.....	77
4.4.1.1 <i>Convergent Validity</i>	77
4.4.1.2 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	81
4.4.1.3 <i>Discriminant Validity</i>	82
4.4.2 Uji Reliabilitas	83
4.5 Evaluasi atas Asumsi – asumsi SEM	83
4.5.1 Uji Normalitas	84
4.5.2 Uji <i>Outlier</i>	85
4.6 <i>Structural Model (Full Model)</i>	86
4.6.1 <i>Model Fit</i>	86
4.6.2 <i>Standardized Regression Weight</i>	87
4.6.3 Uji Hipotesis	89
4.6.4 Koefisien Determinas	93

4.6.5 Uji Mediasi	Halama94
4.7 Pembahasan.....	95
4.7.1 Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Minat Beli Konsumen HSN Collection Kudus	95
4.7.2 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Minat Beli Konsumen HSN Collection Kudus	97
4.7.3 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Minat Beli Konsumen HSN Collection Kudus	98
4.7.4 Pengaruh Psikologi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HSN Collection Kudus.....	99
4.7.5 Pengaruh Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HSN Collection Kudus.....	101
4.7.6 Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HSN Collection Kudus.....	102
4.7.7 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Konsumen HSN Collection Kudus.....	103
 BAB V : PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	105
5.2 Saran	107
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan HSN <i>Collection</i> Kudus Tahun 2022	3
Tabel 3.1 Tabel <i>Isaac</i> dan <i>Michael</i>	57
Tabel 3.2 <i>Goodness of Fit Indeces</i>	67
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	72
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Variabel Psikologi Konsumen (X_1)	73
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Variabel Faktor Pribadi (X_2)	74
Tabel 4.6 Analisis Deskripsi Variabel Faktor Sosial (X_3)	74
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y_1)	75
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y_2)	76
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen	78
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen	79
Tabel 4.11 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Measurement</i>	81
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	81
Tabel 4.13 Hasil <i>Discriminant Validity</i>	82
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Data	84
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Outliers</i>	84
Tabel 4.17 Hasil Kriteria <i>Goodness of Fit Indices Full Model</i>	87
Tabel 4.18 Hasil <i>Standardized Regression Weights</i>	88
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis	90
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93
Tabel 4.21 Hasil Uji Mediasi	94

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Pengaruh Psikologi Konsumen, Faktor Pribadi dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada HSN Collection Kudus	47
Gambar 4.1 <i>Convergent Validity</i> Variabel Eksogen.....	77
Gambar 4.2 <i>Convergent Validity</i> Variabel Endogen	79
Gambar 4.3 <i>Full Measurement</i>	80
Gambar 4.4 <i>Structural Model (Full Model)</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian
Lampiran	2	Data Responden
Lampiran	3	Tabulasi Data Kuesioner
Lampiran	4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	5	Output Asumsi-Asumsi SEM
Lampiran	6	Output Full Model