



**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN
MEMBELI HELM MERK INK PADA MASYARAKAT DI KOTA
JEMBER**

(Studi Di Tiga Kecamatan Kota Jember)

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

AGIL ADRIANTO

NIM. 100810201221

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : **AGIL ADRIANTO**
NIM : **100810201221**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Kosentrasi : **PEMASARAN**
Judul Skripsi : **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan
Membeli Helm Merk INK Pada Masyarakat Di Kota
Jember**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan maka saya bersedia mempertanggung jawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 20 Februari 2013

Yang menyatakan

AGIL ADRIANTO

NIM. 100810201221

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan
Membeli Helm Merk INK Pada Masyarakat Di Kota
Jember (Studi Di Tiga Kecamatan)

Nama Mahasiswa : AGIL ADRIANTO

NIM : 100810201221

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE, M.Si

NIP. 195910131988021001

H.N. Ari Subagio SE, M.Si

NIP. 197311092000031001

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si

NIP. 196610201990022001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini banyak memberikan inspirasi-inspirasi dan banyak pula yang mendukung didalamnya, dipersembahkan kepada :

- Kedua orang tua tercinta, takkan pernah bisa membalas budi mereka selama ini, terimakasih atas segala do'a dan dukungannya.
- Orang yang paling istimewa Fitriatur yang selama ini memberi motivasi dan do'a sehingga skripsi ini terselesaikan.
- Adik-adikku yang selalu memberi semangat.

MOTTO

**TUGAS KITA BUKANLAH UNTUK BERHASIL. TUGAS KITA
ADALAH UNTUK MENCOBA, KARENA DIDALAM MENCOBA
ITULAH KITA MENEMUKAN DAN BELAJAR MEMBANGUN
KESEMPATAN UNTUK BERHASIL**

(MARIO TEGUH)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Membeli Helm Merk Ink Pada Masyarakat Di Kota Jember. Obyek yang diteliti adalah responden yang menggunakan helm merk INK di kota Jember. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer diambil dari jawaban responden yang mengisi kuesioner yaitu responden yang menggunakan helm merk INK di kota Jember, sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari penelitian sebelumnya dan literatur yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah Konfirmatori Faktor Analisis. Hasil analisis data menunjukkan variabel kebudayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merk INK, pengaruh variabel faktor sosial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merk INK, pengaruh variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merk INK, dan pengaruh variabel faktor psikologi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian helm merk INK.

Kata kunci : Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Membeli Helm Merk INK Pada Masyarakat Di Kota Jember” skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Melalui penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan pengetahuan, dan hal-hal yang baru untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan penelitian. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan-bantuan dari berbagai pihak proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Faturrazi SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dra. Hj. Isti Fadah SE, M.Si selaku ketua jurusan studi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Jember
4. Bapak Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas memberikan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak H.N. Ari Subagio, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang dengan ikhlas memberikan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Dosen Fakultas Ekonomi Khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya sebagai mahasiswa

7. Semua keluarga yang telah memberikan do'a dan dorongan semangat dalam menyelesaikan Skripsi Ini
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Jember, 19 Februari 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	5
1.3 Tujuan dan Manfaat	5
1.3.1 Tujuan penelitian.....	6
1.3.2 Manfaat penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan teori	7
2.1.1 Pengertian pemasaran.....	7
2.1.2 Bauran pemasaran	8
2.1.3 Perilaku konsumen	8
2.1.4 Keputusan pembelian konsumen	11
2.2 Penelitian terdahulu.....	12
2.3 Kerangka konseptual.....	14
2.4 Hipotesis.....	15

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Rancangan penelitian	16
3.2 Prosedur pengumpulan data	16
3.2.1 Jenis dan data sumber	16
3.2.2 Metode pengumpulan data	16
3.2.3 populasi dan sampel	17
3.3 Identifikasi variabel penelitian.....	17
3.4 Definisi operasional variabel.....	18
3.5 Tekhnik pengukuran.....	19
3.6 Uji instrumen data	20
3.6.1 Uji validitas	21
3.6.2 Uji realibilitas.....	21
3.7 Metode analisis data.....	22
3.7.1 Uji regresi linear berganda dengan pendekatan kofirmatori	22
3.7.2 Analisis linear berganda dengan pendekatan konfirmatori.....	23
3.7.3 <i>Confirmatory technique</i>	23
3.7.4 Kerangka pemecahan masalah	31
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil penelitian.....	31
4.1.1 Gambaran umum perusahaan helm INK.....	31
4.1.2 Gambaran umum kota jember	33
4.1.3 Karakteristik responden	34
4.2 Deskripsi variabel penelitian.....	34
4.2.1 Deskripsi variabel.....	34
4.2.2 Uji validitas dan realibilitas	36
4.2.3 Uji asumsi <i>Structural Equatin Modeling</i> (SEM)	37
4.2.4 Analisis regresi dengan pendekatan konfirmatori.....	39
4.3 Pembahasan.....	42
4.3.1 Pengaruh kebudayaan terhadap keputusan pembelian.....	42
4.3.2 Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian	43
4.3.3 Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian	43

4.3.4 Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian	44
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Kesimpulan	46
5.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan helm.....	4
Tabel 2.2 Perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang	13
Tabel 3.1 Uji kesesuaian model	27
Tabel 4.1 Jumlah pengguna sepeda motor di Jember	33
Tabel 4.1 Rangkuman hasil analisis deskriptif statistik.....	34
Tabel 4.5 Hasil uji validitas	35
Tabel 4.6 Hasil uji reabilitas	36
Tabel 4.7 Indeks kesesuaian regresi dengan pendekatan konfirmatori.....	39
Tabel 4.10 Hasil uji regresi dengan pendekatan konfirmatori	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka konseptual	14
Gambar 3.7 Kerangka pemecahan masalah	29