



**PENGARUH SOSIAL DAN BUDAYA SERTA PRIBADI DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER  
DALAM MEMBELI MIE SEDAAP  
DENGAN PENDEKATAN ANALISIS  
KONFIRMATORI**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**Mohammad Imron H**

**070810291159**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**PENGARUH SOSIAL DAN BUDAYA SERTA PRIBADI DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER  
DALAM MEMBELI MIE SEDAAP  
DENGAN PENDEKATAN ANALISIS  
KONFIRMATORI**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

**Oleh**

**Mohammad Imron H**

**070810291159**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Mohammad Imron H  
NIM : 070810291159  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Dan Budaya Serta Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Mie Sedaap Dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata di kemudian 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.

Jember, 25 Januari 2012

Yang Menyatakan,



Mohammad Imron H

NIM. 070810291159

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Dan Budaya Serta Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Mie Sedaap Dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori

Nama Mahasiswa : Mohammad Imron H

NIM : 070810291159

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H.r. Andi Sularso, MSM

NIP. 19600413 196803 1 002

Dr. M. Dimyanti, SE, M.Si

NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Istifadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

**PENGARUH SOSIAL DAN BUDAYA SERTA PRIBADI DAN  
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA FAKULTAS  
EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI MIE SEDAAP  
DENGAN PENDEKATAN ANALISIS KONFIRMATORI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Mohammad Imron H

NIM : 070810291159

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

25 Januari 2012

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

**Susunan Tim Penguji**

**Ketua** : Dr. Bambang Irawan, SE, M.Si .....

NIP. 19610317 198802 1 001

**Sekretaris** : Dr. M. Dimyanti, SE, M.Si .....

NIP. 19670421 199403 1 008

**Anggota** : Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM .....

NIP. 19600413 196803 1 002

4x6

**Mengetahui,  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember  
Dekan,**

**Prof. Dr. Mohammad Saleh, M.Sc.**

**NIP. 19560831 198403 1 002**

## **PERSEMBAHAN**

Alhamulillahirabbil'alamin

Segala Puji bagi-Mu ya Allah.....

Yang tak pernah putus memberikan kasih sayang, pertolongan dan kekuatan pada hamba-Nya. Setiap kebaikan yang ada dan terjadi paa diriku adalah semata-mata karena rahmat-Mu. Dengan rasa syukur dan rendah hati, kupersembahkan karya tulis ini sebagai bentuk tanggung jawab, pengabdian, ungkapan terima kasih, hormat dan kasih sayangku kepada :

1. Kedua orangtuaku Ayahnda Senijo dan Ibunda Siti Holifah yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Seluruh Guruku dan Dosenku yang telah membimbingku dan memberikan ilmu tanpa tanda jasa dengan sepenuh hati.
3. Almamaterku Fakultas Ekonomi Universitas Jember yangkubanggakan.
4. Teman-temanku Jurusan Manajemen Angkatan tahun 2007.

## **MOTTO**

*"...Dan barang siapa yang bertaqwa kepada Allah, Niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya...."*

(QS. Ath - Thalaq)

"Orang yang gagal adalah orang yang selalu mencari satu alasan untuk setiap kegagalannya,  
Sedangkan prang sukses adalah orang yang selalu menemukan satu cara untuk mengatasi Masalah dan bangkit dari kegagalan ."

(Robert T. Kiyosaki)

Berusahalah selagi masih bisa dan mampu, semangat!!!!

(Hoke)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Pengaruh Sosial Dan Budaya Serta Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Mie Sedaap Dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori. Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang pernah membeli mie sedaap. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, jumlah sampel adalah 120 mahasiswa pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai hubungan dengan karakteristik populasi. Data yang diperoleh, di uji analisis regresi dengan pendekatan confirmatory, untuk mengetahui perilaku mahasiswa yang pernah membeli mie sedaap. Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa pengaruh sosial, budaya, pribadi dan psikologis terhadap keputusan dalam membeli mie sedaap, secara bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan {bermakna} terhadap keputusan pembelian produk mie Sedaap dan variabel *BUDAYA* mempunyai paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli mie Sedaap.

**Kata Kunci : Sosial, Budaya, Pribadi, Psikologis**



## **PRAKATA**

Alhamdulillah rabbil'alamien tiada henti penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT. Tuhan semesta alam Yang Maha Pengasih dan lagi Maha Penyayang. Satu demi satu tujuan dalam perjalanan hidupku dapat terwujud. Dengan segenap kemampuan dan keterbatasan yang dimiliki, akhirnya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya sederhana ini. Karya tulis yang diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca dengan judul "Pengaruh Sosial Dan Budaya Serta Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Mie Sedaap Dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori".

Karya tulis ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, bimbingan, dorongan dan Do'a dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin menghaturkan rasa terima kasih yang sedalam – dalamnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dr. Hj. Istifadah, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Prof. Dr. H. R. Andi Sularso, MSM selaku Dosen Pembimbing I atas segala saran, petunjuk, bimbingan dan dorongan yang tiada henti diberikan hingga karya ini selesai tepat pada waktunya.
4. Bapak Dr. M. Dimiyanti, SE, M.Si, selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dan selaku Dosen Pembimbing II atas segala saran, petunjuk, bimbingan dan dorongan yang tiada henti diberikan hingga karya ini selesai tepat pada waktunya.
5. Bapak Dr. Bambang Irawan, SE, M. Si, selaku penguji skripsiku atas segala saran, petunjuk, bimbingan dan dorongan yang tiada henti diberikan hingga karya ini selesai tepat pada waktunya.

6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan tambahan wawasan dan ilmu pengetahuan selama penulis belajar.
7. Seluruh Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember terima kasih atas bantuan dan kerja sama yang diberikan.
8. Terima kasih buat temen-temenku yang telah terpilih menjadi sampel /Responden dan meluangkan waktunya mengisi Kuesioner penelitian saya
9. Kedua Orang Tuaku terima kasih untuk do'a, dukungan, kasih sayang dan kesabaran dalam mendidik dan mengajarkan makna kehidupan padaku.
10. Teman-temenku semua mahasiswa Manajemen Angkatan 2007 kebersamaan kita selama study tidak akan pernah aku lupakan.
11. Saudara-saudaraku terima kasih sudah mau memberi saya dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Seluruh teman-temanku terima kasih banyak atas bantuan, dukungan dan kebersamaannya yang begitu indah.
13. Terakhir semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terima kasih atas dukungan dan semangat yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa tiada gading yang tak retak, begitu pula dengan karya ini tentu tidak luput dari kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan penulisan pada masa mendatang.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN ABSTRAKSI</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
 <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Landasan Teori .....	7
2.2.1 Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran .....	7
2.2.2 Pengertian Produk .....	7
2.2.3 Pengertian Perilaku Konsumen .....	7
2.2.4 Model-model Perilaku Konsumen .....	8
2.2.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9

2.2.6	Proses Keputusan Pembelian .....	12
2.2.7	Keputusan Pembelian.....	12
2.2.8	Perilaku Pasca Pembelian .....	14
2.2.9	Pengaruh Sosial dan Budaya Serta Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian.....	14
2.3	Kerangka Konseptual .....	15
2.4	Hipotesis.....	18

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Rancangan Penelitian .....	19
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	19
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	19
3.4	Populasi dan Sampel .....	20
3.4.1	Populasi .....	20
3.4.2	Sampel.....	20
3.5	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	21
3.6	Tehnik Pengukuran .....	22
3.7	Uji Instrumen Penelitian .....	23
3.7.1	Uji Validitas .....	23
3.7.2	Uji Realibilitas .....	23
3.8	Metode Analisis Data.....	24
3.8.1	Uji Asumsi Analisis Konfirmatori .....	24
3.9	Analisis Regresi Dengan Pendekatan Analisis Konfirmatori .....	25
3.10	Kerangka Pemecahan Masalah .....	30

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian .....	33
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	33
4.1.2	Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	33
4.1.3	Kondisi Intern Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	35
4.1.4	Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember .....	37

4.1.5	Gambaran Umum Mahasiswa FE UNEJ Dalam Membeli Mie Sedaap .....	42
4.1.6	Karakteristik Responden .....	43
4.1.7	Diskripsi Variabel .....	45
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas .....	47
4.2.1	Uji Validitas .....	47
4.2.2	Uji Realibilitas .....	49
4.2.3	Uji Asumsi Analisis Konfirmatori .....	50
4.2.4	Analisis Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	51
4.3	Pembahasan.....	55
4.3.1	Pengaruh Kebudayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk.....	55
4.3.2	Pengaruh Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk .....	55
4.3.3	Pengaruh Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk .....	56
4.3.4	Pengaruh Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk .....	56
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>		
5.1	Simpulan .....	57
5.2	Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
Tabel 2.2 Model Perilaku Konsumen .....	8
Tabel 3.1 Uji Kesesuaian Model .....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin .....	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kiriman.....	45
Tabel 4.4 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kebudayaan ....	45
Tabel 4.5 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sosial.....	46
Tabel 4.6 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Pribadi .....	46
Tabel 4.7 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Psikologis .....	47
Tabel 4.8 Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian Produk .....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.11 Indeks Kesesuaian Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> ...	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i> .....	53

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	17
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.....	41
Gambar 4.2 Hasil Analisis SEM .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	60
Lampiran 2 Karakteristik Responden .....	61
Lampiran 3 Hasil Kuesioner .....	62
Lampiran 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	63
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	64
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi Dengan Pendekatan Confirmatory..	65