



**FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK  
SAMSUNG GALAXY S III DI KOTA JEMBER**

**FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER IN MAKING DECISION TO  
PURCHASE SAMSUNG GALAXY S III IN JEMBER**

**SKRIPSI**

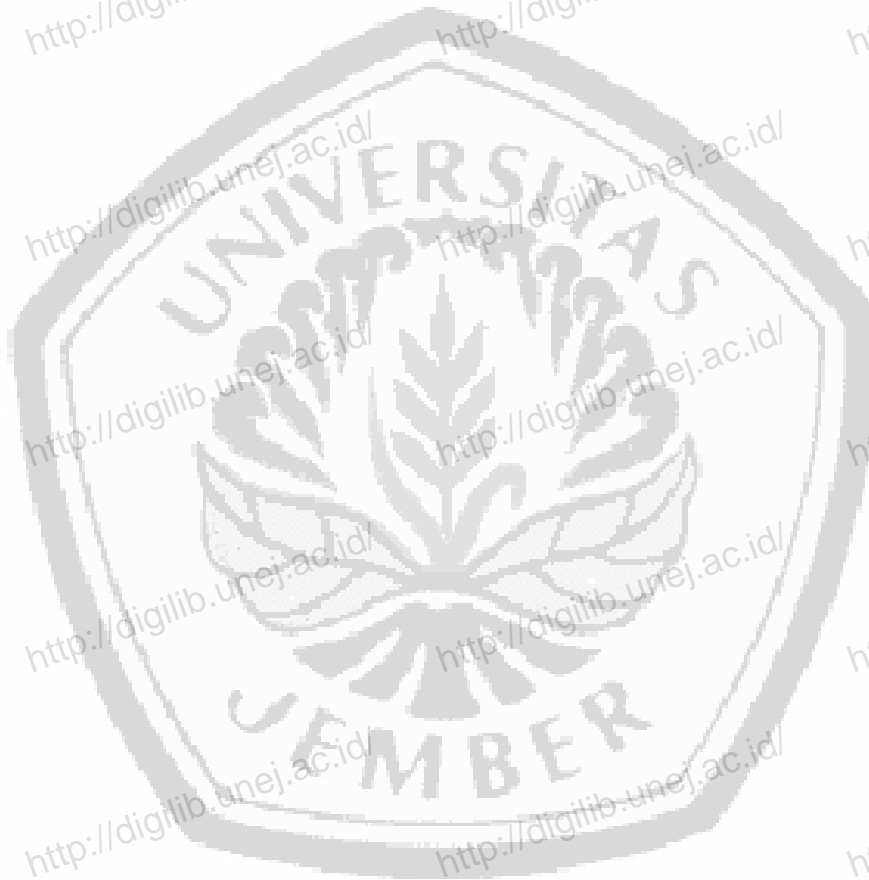
Oleh:

Gerardia Nikita Saskhia

NIM. 080810291085

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI**

2013





**FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK  
SAMSUNG GALAXY S III DI KOTA JEMBER**

**FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER IN MAKING DECISION TO  
PURCHASE SAMSUNG GALAXY S III IN JEMBER**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember**

Oleh :

Gerardia Nikita Saskhia

NIM. 080810291085

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI**

**2013**

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

**SURAT PERNYATAAN**

Nama : Gerardia Nikita Saskhia  
NIM : 080810291085  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Dalam  
Pengambilan Keputusan Pembelian Telepon Genggam Merek  
Samsung Galaxy S III di Kota Jember

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali apabila dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan milik orang lain. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 6 Februari 2013

Yang Menyatakan,

Gerardia Nikita Saskhia  
NIM : 080810291085

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TELEPON GENGAM MEREK  
SAMSUNG GALAXY S III DI KOTA JEMBER

Nama : Gerardia Nikita Saskhia

Nim : 080810291085

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 11 Januari 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.Si  
NIP. 19501221 197801 1 001

Drs. Ketut Indraningrat, M.Si  
NIP. 19610710 198902 1 002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen,

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

NIP. 19661020 199002 2 001

**JUDUL SKRIPSI**

FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN DALAM  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TELEPON GENGAM  
MEREK SAMSUNG GALAXY S III DI KOTA JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**Nama Mahasiswa** : **Gerardia Nikita Saskhia**

**NIM** : **080810291085**

**Jurusan** : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

**9 April 2013**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan  
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji :

1. Ketua : Drs. Sriono, MM (.....)  
NIP. 19561031 198603 1 001
2. Sekretaris : Drs. Ketut Indraningrat, M.Si (.....)  
NIP 19610710 198902 1 002
3. Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si (.....)  
NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui,

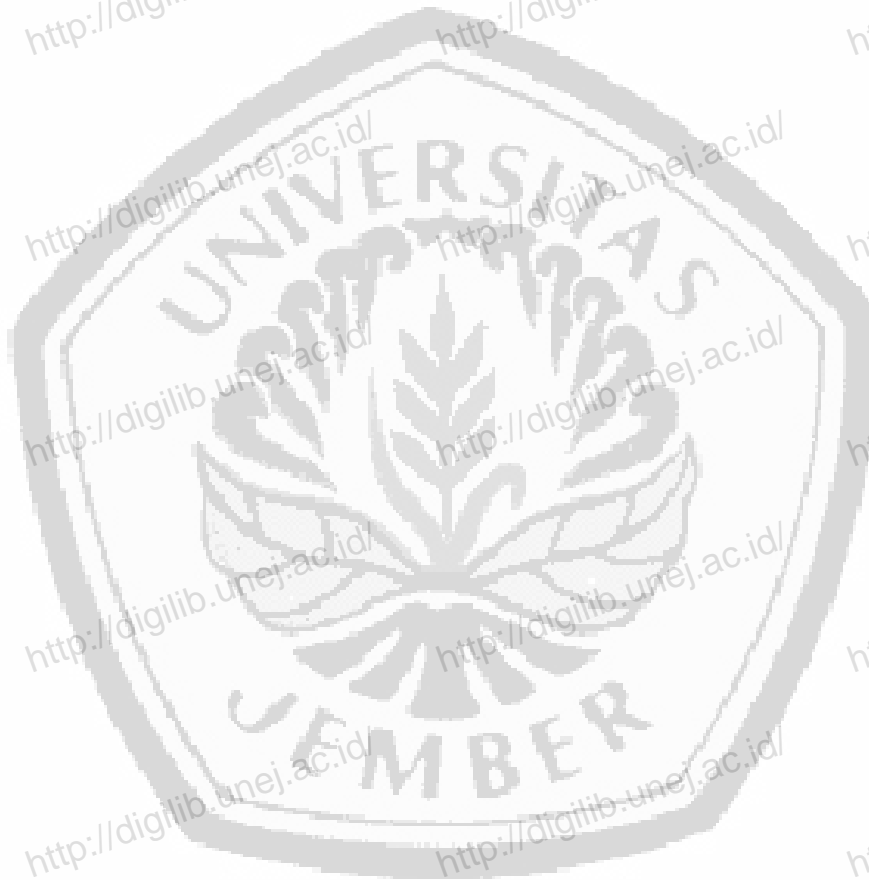
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si

NIP. 19630614 199002 1 001

Skripsi ini dipersembahkan untuk:

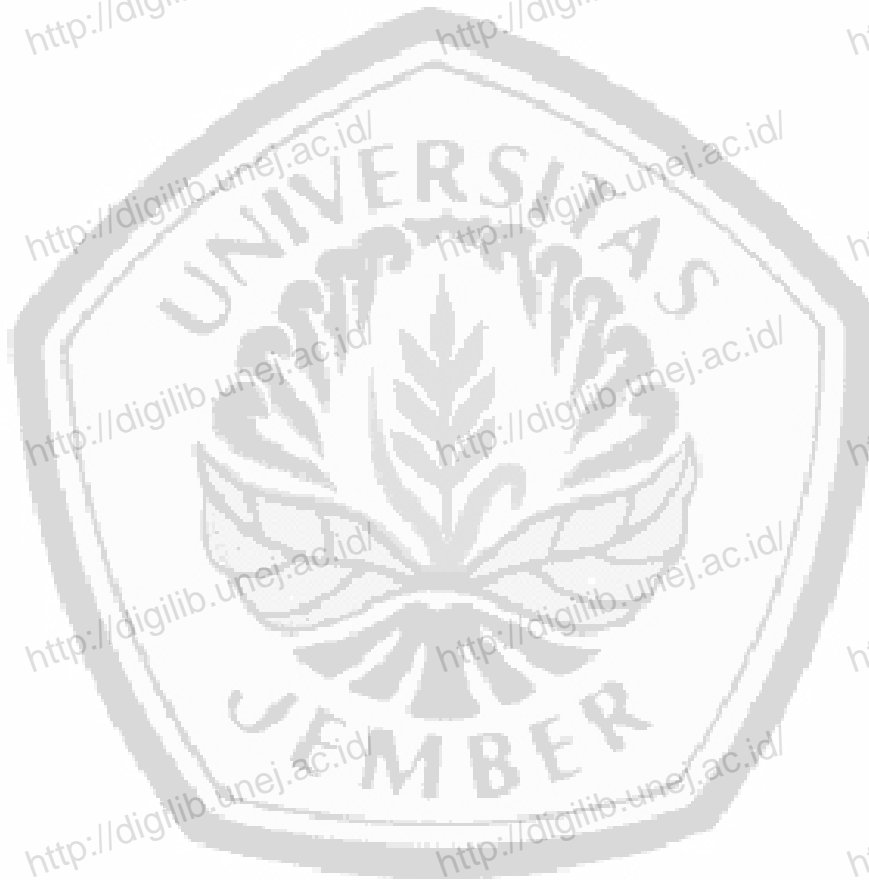
- Mama tercinta
- Papa tersayang
- Kakak dan adik tersayang
- Dan almamater tercinta



Motto:

“Ucapkanlah syukur senantiasa atas segala sesuatu dalam nama Tuhan kita Yesus Kristus kepada Allah dan Bapa kita” (Efesus 5:20)

Percayalah maka Tuhan pasti memberikan jalan serta segala kemudahan  
(penulis)





## RINGKASAN

**Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Telepon Genggam Merek Samsung Galaxy S III di Kota Jember;** Gerardia Nikita Saskhia; 080810291085; 2013; 59 halaman; Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian telepon genggam merek Samsung Galaxy S III di Kota Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dan pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Hasil dengan analisis faktor menunjukkan bahwa 19 variabel itu terbentuk menjadi 5 faktor. Faktor pertama diberi nama faktor karakteristik pelanggan yang meliputi variabel peran dan status, pekerjaan, gaya hidup, kepribadian, dan persepsi. Faktor kedua diberi nama faktor lingkungan dan merek yang meliputi variabel keluarga, situasi ekonomi, citra perusahaan, dan citra produk. Faktor ketiga diberi nama faktor kualitas dan referensi yang meliputi variabel produk, promosi, dan kelompok referensi. Faktor keempat diberi nama faktor motivasi dan pembelajaran yang meliputi variabel motivasi dan pembelajaran. Faktor kelima diberi nama faktor manfaat kemudahan yang meliputi variabel distribusi, usia dan tahap siklus hidup. Selanjutnya kelima kelompok faktor tersebut menjadi variabel dan dilakukan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa faktor karakteristik pelanggan, faktor lingkungan dan merek, faktor kualitas dan referensi, faktor motivasi dan pembelajaran, serta faktor manfaat kemudahan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Samsung Galaxy S III di Kota Jember. Pengujian hipotesis dengan Uji t menunjukkan faktor yang paling tinggi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Samsung Galaxy S III di kota Jember adalah faktor karakteristik pelanggan, di mana faktor ini memiliki nilai beta terbesar yaitu 0,449.

**Kata kunci : Keputusan Pembelian Konsumen**

## SUMMARY

**Factors That Influence Consumer In making Decision o Purchase Samsung Galaxy S III in Jember;** Gerardia Nikita Saskhia; 080810291085; 59 pages; Department of Management Faculty of Economics Jember University

This study aims to analyze the factors that influence consumer decisions in the purchase of mobile phone brand Samsung Galaxy S III in Jember. The sampling method using purposive sampling and data collection using questionnaire instruments. Data analysis tools are used factor analysis and multiple linear regression analysis. Results of the factor analysis showed that 19 variables were formed into 5 factors. The first factor was named factors that include the variable characteristics of the customer role and status, occupation, lifestyle, personality, and perceptions. The second factor was named brand of environmental factors and variables which include the family, the economic situation, the company's image and product image. The third factor called quality factor and variable reference which include product, promotion, and the reference group. The fourth factor was named factors include motivation and learning motivation and learning variables. The fifth factor called factor benefits that include ease of distribution variables, age and stage of life cycle. Furthermore these factors into five groups of variables and multiple linear regression analysis. Results of multiple linear regression analysis showed that factors of customer characteristics, environmental factors and the brand, quality factor and reference, motivational factors and learning, as well as the benefits of ease of factors proved positive and significant effect on product purchasing decisions Samsung Galaxy S III in Jember. Hypothesis testing with the t test showed the highest factor influencing consumer purchase decisions Samsung Galaxy S III in Jember is a factor of customer characteristics, where these factors have the largest beta value is 0.449.

**Keywords: Consumer Purchasing Decisions**

## PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Fakor-Faktor yang Memengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Telepon Genggam Merek Samsung Galaxy S III di Kota Jember.” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program studi Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini masih banyak kekuranganyang disebabkan karena keterbatasan daripada kemampuan penulis, tetapi berkat pertolongan Tuhan Jesus serta dorongan dan semangat dari semua pihak, akhirnya penulisan Skripsi ini mampu terselesaikan. Dalam penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku Dosen Pembimbing I atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
4. Drs. Ketut Indraningrat, M.Si selaku Dosen Pembimbing II atas segala kesabarannya dalam memberikan komentar, saran, bimbingan mulai dari awal proposal sampai pada akhirnya terbentuk skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya sebagai mahasiswa.
6. Kedua orang tuaku Albertus Eko Dumadi dan Julia Delia Sastinurlely yang telah memberikan yang terbaik buat saya selama ini.

7. Kakakku Benedicta Griffanda Saskhaya yang selalu memberikan motivasi.
8. Bintang Yudistira, seseorang yang selalu setia menemaniku di kala suka dan duka dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Naughty girls dan MC Fams yang selalu memberikan saran serta motivasi serta teman-teman Manajemen angkatan 2008.
10. Teman-teman kerja di PT. Gudang Garam, Tbk. yang selalu mendukungku.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Tuhan selalu memberikan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan Skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 6 Februari 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>RINGKASAN</b> .....	vii
<b>SUMMARY</b> .....	viii
<b>PRAKATA</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	6
2.1.1 Pemasaran .....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	6
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	8
2.1.4 Model Perilaku Konsumen .....	8
2.1.5 Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	9
2.1.6 Citra Merek .....	12
2.1.7 Proses Keputusan Pembelian .....	13
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual .....	16

### **BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Rancangan Penelitian .....	18
3.2 Jenis dan Sumber Data .....	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Populasi dan Sampel .....	19
3.5 Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	20
3.5.1 Identifikasi Variabel .....	20
3.5.2 Definisi Operasional Variabel .....	21
3.6 Teknik Pengukuran Data .....	24
3.7 Uji Instrumen.....	24
3.7.1 Uji Validitas.....	24
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	24
3.8 Metode Analisis .....	25
3.8.1 Analisis Faktor .....	25
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	26
3.8.3 Uji Asumsi Klasik .....	26
3.9 Uji Hipotesis .....	28
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30

### **BAB 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

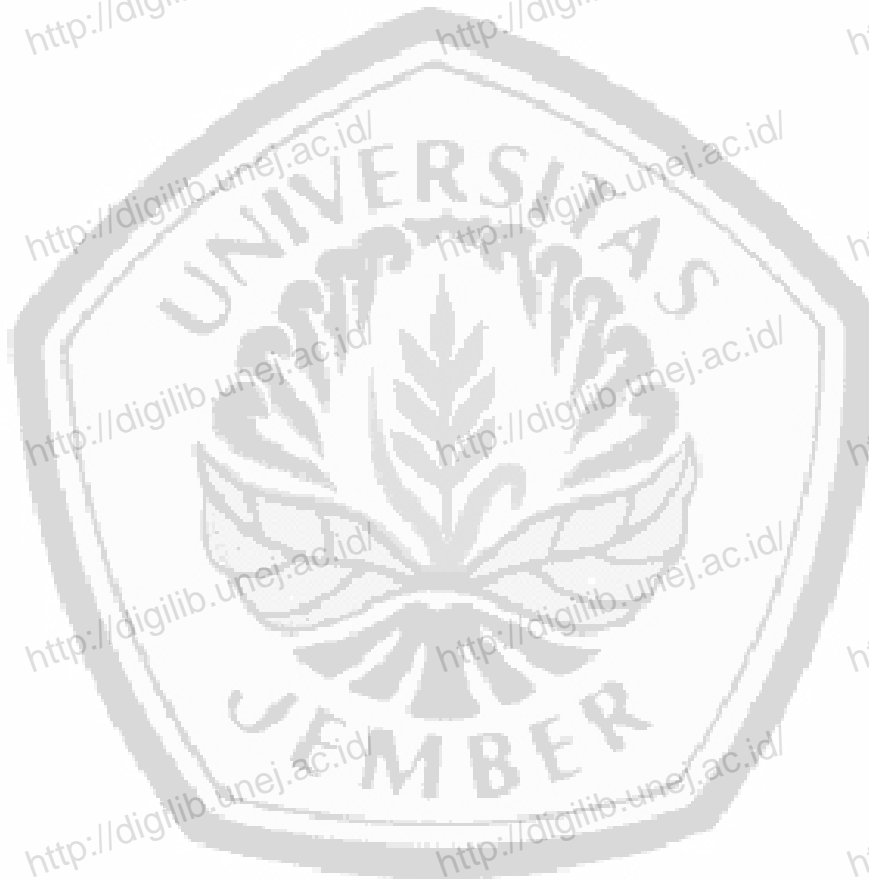
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian .....	32
4.2 Gambaran Umum Perusahaan .....	32
4.2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Samsung .....	32
4.2.2 Produk-produk Samsung .....	34
4.3 Analisis Data .....	36
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian .....	36
4.3.2 Analisis Faktor .....	38
4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	46
4.3.4 Uji Asumsi Klasik .....	48
4.3.5 Uji Hipotesis .....	51
4.3.6 Pengaruh Dominan .....	53
4.4 Pembahasan .....	54

## **BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel :	Halaman :
Tabel 1.1 Data Penjualan Samsung Galaxy S III dengan Apple.....	2
Tabel 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	15
Tabel 3.1 Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi .....	28
Tabel 4.1 Produk-produk Samsung .....	35
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas .....	37
Tabel 4.3 <i>Reliability Statistics</i> .....	38
Tabel 4.4 <i>Kaiser Meyer Olkin (KMO) and Barlett's Test</i> .....	39
Tabel 4.5 Nilai MSA ( <i>Anti Image Matrices</i> ).....	40
Tabel 4.6 <i>Total Variance Explained</i> .....	41
Tabel 4.7 <i>Rotated Component Matrix</i> .....	43
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.9 <i>Collinearity Statistic</i> .....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	50
Tabel 4.11 Uji F .....	51
Tabel 4.12 Uji t .....	52
Tabel 4.13 Variabel yang Berpengaruh Dominan.....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar :	Halaman :
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	17
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah .....	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas .....	48

