



**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN  
HARIAN PAGI KOMPAS PADA MASYARAKAT  
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh :

**ADITYA PRAYUGA**

**070810291156**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**



**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN  
HARIAN PAGI KOMPAS PADA MASYARAKAT  
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

**SKRIPSI**

Oleh :  
**ADITYA PRAYUGA**  
**070810291156**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN  
HARIAN PAGI KOMPAS PADA MASYARAKAT  
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1)  
dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**ADITYA PRAYUGA**  
**070810291156**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER**

**2012**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul : Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengambilan keputusan pembelian menjadi pelanggan harian pagi Kompas pada masyarakat di wilayah perkotaan Jember

Nama : Aditya Prayuga

Nim : 070810291156

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Adi Prasodjo, MP

NIP 19550516 198703 1 001

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D

NIP 19660408 199103 1 001

Mengetahui,  
Ketua Jurusan

Prof. Dr. Isti Fadah, S.E, M.Si

NIP 19661020 199002 2 001

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

- a. Ibunda Ria Hardiyati dan Ayahanda Aris Wibowo tercinta, yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayangnya selama ini;
- b. Adikku Bima Adi Nugraha, Kakek dan Nenekku, serta seluruh keluarga besar ku yang memberiku semangat dan motivasi dalam kebersamaan;
- c. Guru-guruku sejak taman kanak-kanak sampai dengan perguruan tinggi, yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya;
- d. Teman teman Manajemen 2007, Willys, Demma, Noval, Andre, Yudi, Yoga, Fajar, Adit, Shandy, Galih, Maia, Fevtri, Dieni, Ipeh, Revi, Epin, terima kasih atas bantuannya selama ini.
- e. Kelingking Manajemen beserta *From This Accident family*, Aric, Rizal, Alfian, Jovan, Taho, Ali, Wawan, Rendra Rofa, Ryan Sagavo, Jendiek Sagavo, Icol, Bram, Suzan, Prisil, Elok, Resky, Milda, Yaya, Rajawali *Production Team*, Mas Mirza, Mas Kokok Balasyik.
- f. PT. Jasatama Polamedia Safir Agency, Sirkulasi Kompas Gramedia Group, Pak Riyo, Antok, Cici, Anang, Arip, Mas Nanang, Cak Ripin, Mas Heri, Mas Ghani, Mas Wawan, Mas Toni, Mbak Sofi, Bang Udin, Mas Dodik, terima kasih atas kerja samanya selama ini.
- g. Rekan-rekan, Tapay, Cemeng, David, Enggar, Gery, Hari, Minyak, Liya, Tatuk, Chandra Che, Bayu, Ludy, Vicky, Ade, Samid, Bimo, Mas Rizky.
- h. Widadul Asyiroh, terima kasih kakak.
- i. Ari Widayanti, terima kasih atas semangat, nasehat, kesabaran dan doanya.
- j. Semua yang telah membantu selama ini, maaf apabila tidak bisa dicantumkan satu persatu, terima kasih.
- k. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

## MOTTO

Jalani hidup seperti air yang mengalir tetapi jangan selalu mengikuti arus, contohlah perjuangan air yang selalu mencari cara untuk terus mengalir.

(Penulis)

Ingatlah 5 perkara sebelum 5 perkara

Kaya sebelum Miskin

Sempat sebelum Sempit

Sehat sebelum Sakit

Muda Sebelum Tua

Hidup sebelum Mati

(Hadist Qudsy)



## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aditya Prayuga

NIM : 070810291156

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap pengambilan keputusan pembelian menjadi pelanggan harian pagi Kompas pada masyarakat di wilayah perkotaan Jember “ adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada instansi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 28 Mei 2012

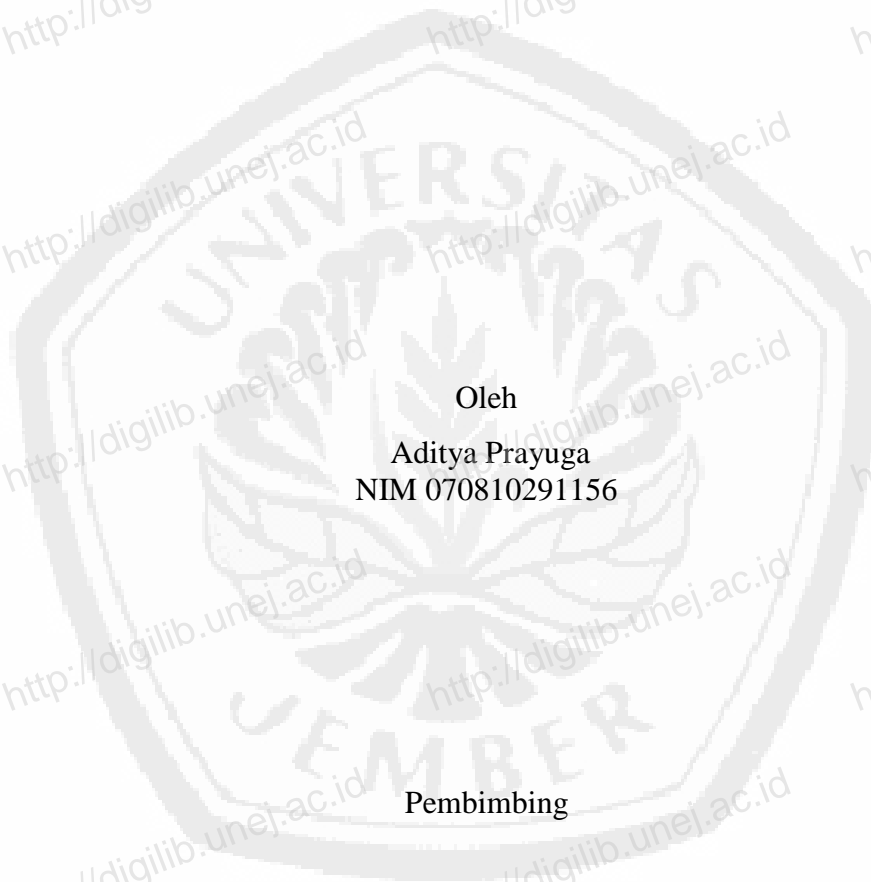
Yang menyatakan,



( Aditya Prayuga )  
NIM 070810291156

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN  
HARIAN PAGI KOMPAS PADA MASYARAKAT  
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**



Oleh  
Aditya Prayuga  
NIM 070810291156

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Adi Prasodjo, MP

Dosen Pembimbing Anggota : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D



**PENGESAHAN**

**PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL TERHADAP  
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MENJADI PELANGGAN  
HARIAN PAGI KOMPAS PADA MASYARAKAT  
DI WILAYAH PERKOTAAN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Aditya Prayuga

NIM : 070810291156

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal ...Mei 2012

**Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.**

**Susunan Panitia Penguji**

**Ketua** : **Dra. Sudarsih, M.Si** : .....

**Sekretaris** : **Drs. Adi Prasodjo, MP** : .....

**Anggota** : **Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D** : .....

**NIP. 19660408 199103 1 001**

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



**Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc**

**NIP. 19560831 198403 1 002**

## RINGKASAN

**Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Menjadi Pelanggan Harian Pagi Kompas pada Masyarakat di Wilayah Perkotaan Jember;** Aditya Prayuga, 070810291156; 2012: 72 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian surat kabar, serta bagaimana caranya agar produk yang dijual itu dapat memuaskan konsumen sehingga dapat memperlancar usahanya.. Oleh karena itu pemasar harus mempelajari dan memahami bagaimana konsumen berperilaku. Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan-tindakan untuk mendapatkan dan mempergunakan suatu produk sehingga kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi. Tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui pengaruh faktor internal dan eksternal yang terdiri atas variabel usia, pendidikan, kelas sosial, kelompok referensi, ketersediaan produk, karakteristik produk, harga terhadap keputusan pembelian harian Kompas secara simultan dan parsial pada masyarakat Jember.

Penelitian yang akan dilakukan di Kota Jember ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan menggunakan metode survey. Populasi penelitian ini adalah pembeli keputusan pembelian Surat Kabar Harian Kompas baik yang membeli maupun yang tidak membeli surat kabar di Wilayah Perkotaan Jember. Metode pengambilan sampelnya dilakukan dengan teknik *Purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor usia, pendidikan, kelas sosial, kelompok referensi, ketersediaan produk, karakteristik produk dan harga terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian harian Kompas secara bersama-sama (simultan) dan parsial.

## **SUMMARY**

*The Effect of Internal and External Factors on Purchase Decision Making Customers on a morning newspaper Kompas in Urban Communities in Jember: Aditya Prayuga, 070810291156; 2012, 73 pages, the Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University*

*Companies need to understand the factors that influence consumer decisions to purchase newspapers, as well as how to keep the product sold to satisfy the consumer so as to facilitate their business. Therefore, marketers must learn and understand how consumers behave. Consumer behavior as an act that directly involved in obtaining, consuming, spending the products and services, including the decision processes that precede and follow the actions to obtain and use a product so that the needs and desires can be fulfilled. The purpose of this study, among others, to determine the effect of internal and external factors consisting of variables consisting of age, education, social class, reference groups, product availability, product characteristics, price of Kompas daily purchasing decisions simultaneously and partially on the Jember.*

*Research to be conducted in the City this is an explanatory research by using the survey method. This study population is making a buying decision Kompas Daily Newspaper good buy or not buy a newspaper in Urban Areas Jember. Methods of sample collection was done by using purposive sampling. The number of samples were used in this study of 100 respondents. Data analysis methods used a test of validity, reliability test and logistic regression.*

*The results showed that age, education, social class, reference groups, product availability, product characteristic and price have significant effect on consumer behavior in the Kompas daily purchasing decisions jointly (simultaneously) and partial.*

## **PRAKATA**

Puji syukur kehadiran Allah Swt. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Menjadi Pelanggan Harian Pagi Kompas pada Masyarakat di Wilayah Perkotaan Jember“. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu ( S1 ) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Drs. Adi Prasodjo, MP selaku Dosen Pembimbing I dan Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Harian Kompas beserta segenap karyawan serta jajarannya yang telah bersedia untuk membantu melengkapi data yang diperlukan oleh peneliti.
4. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 28 Mei 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>viii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>x</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>1. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2. Rumusan Masalah .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>4</b>
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	4
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	5
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1. Kajian Teori .....</b>	<b>6</b>
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	6
2.1.2 Proses Keputusan Pembelian.....	12
2.1.3 Perilaku Setelah Membeli.....	20
<b>2.2. Kajian Empiris .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3. Kerangka Konseptual.....</b>	<b>25</b>

2.4. Hipotesis .....	25
<b>3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	27
3.2. Populasi dan Sampel .....	27
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5. Identifikasi Variabel.....	28
3.6. Definisi Operasional dan Pengukuran .....	29
3.7. Teknik pengukuran Data .....	31
3.7.1 Teknik Pengukuran Variabel Independen.....	31
3.7.2 Teknik Pengukuran Variabel dependen .....	31
3.8 Uji Instrumen Penelitian .....	32
3.8.1 Uji Validitas .....	32
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	32
3.9 Metode Analisis data.....	33
3.9.1 Menilai Kelayakan Logistik .....	33
3.9.2 Menilai Keseluruhan Model ( <i>Overall Model Fit</i> ) .....	33
3.9.3 Regresi Logistik .....	33
3.9.4 <i>Likelihood Ratio (LR) Test</i> .....	35
3.9.5 Koefisien Determinasi .....	36
3.9.6 Kriteria Pengambilan Keputusan .....	37
3.9.7 Kerangka Pemecahan Masalah .....	37
<b>4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>40</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	41
4.1.3 Nilai- Nilai Dasar Harian Kompas .....	41
4.1.4 Struktur Organisasi Bagian Sirkulasi Harian Kompas Di Jember. 42	
4.1.5 Keadaan Ketenagakerjaan .....	44
4.1.6 Aktivitas Harian Kompas di Jember .....	46
4.2 Karakteristik dan Penilaian Responden.....	48

4.2.1. Karakteristik Responden .....	48
4.2.2. Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	51
<b>4.3 Uji Instrumen Data .....</b>	<b>54</b>
4.3.1. Uji Validitas .....	54
4.3.2. Uji Reliabilitas .....	55
<b>4.4 Analisis Data .....</b>	<b>56</b>
4.4.1. Menilai Kelayakan Model Logistik .....	56
4.4.2. Menilai Keseluruhan Model ( <i>Overall Model Fit</i> ) .....	56
4.4.3. Analisis Regresi Logistik .....	57
4.4.4. <i>Likelihood Ratio (LR) Test</i> .....	60
4.4.5. Koefisien Determinasi .....	61
4.4.6. Ketepatan Prediksi Model .....	61
<b>4.5 Pembahasan .....</b>	<b>62</b>
4.5.1. Pengaruh Usia, Pendidikan, Kelas Sosial, Kelompok Referensi, Ketersediaan Produk, Karakteristik Produk dan Harga Produk Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Harian Kompas (Y) secara simultan .....	63
4.5.2. Pengaruh Usia, Pendidikan, Kelas Sosial, Kelompok Referensi, Ketersediaan Produk, Karakteristik Produk dan Harga Produk Terhadap Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Harian Kompas (Y) Secara Parsial .....	64
<b>5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
5.1.1. Simpulan.....	70
5.1.2. Saran .....	71

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

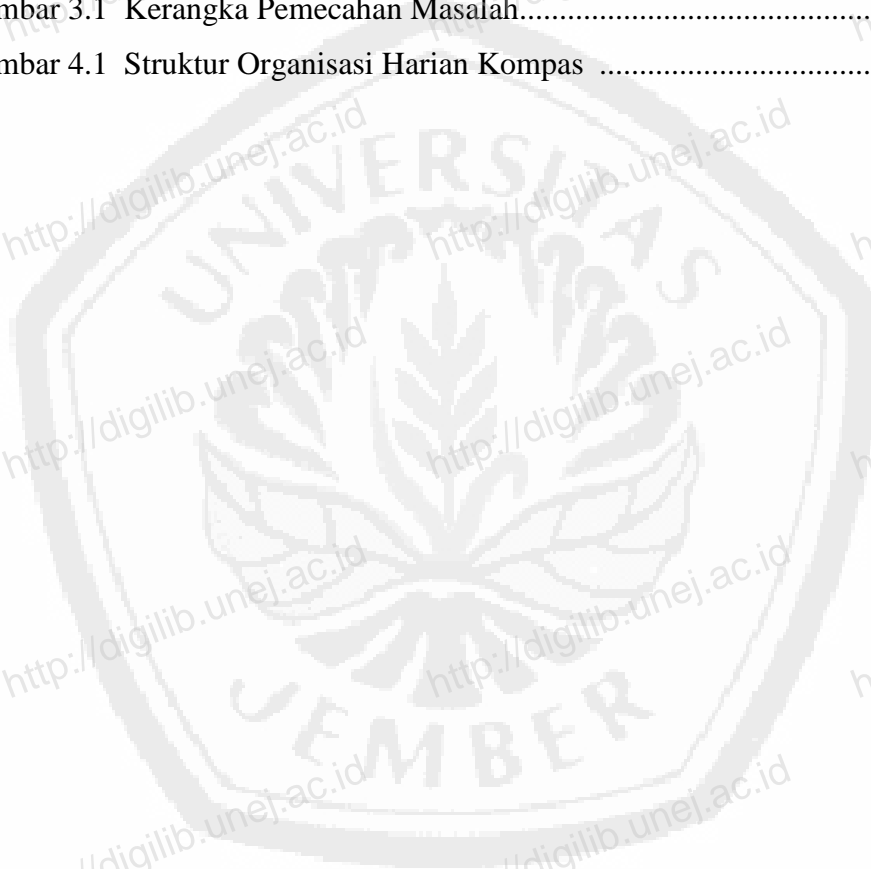
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 4.1	Data Jumlah Karyawan Harian Kompas di Jember .....	45
Tabel 4.2	Distribusi Usia Responden Konsumen harian Kompas UHT Merek Harian Kompas di Kota Jember .....	49
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Konsumen Harian Kompas di Kota Jember.....	50
Tabel 4.6	Deskripsi Penilaian Responden terhadap Faktor Internal.....	51
Tabel 4.7	Deskripsi Penilaian Responden terhadap Faktor Eksternal .....	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Data .....	55
Tabel 4.9	Reliabilitas Instrumen Penelitian .....	55
Tabel 4.10	<i>Hosmer and Lemeshow Test</i> .....	56
Tabel 4.11	Penurunan Model Logistik pada <i>Block Number</i> .....	57
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Logistik .....	58
Tabel 4.13	Uji Ketepatan Prediksi .....	62



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Lima Tahap Proses Membeli .....	15
Gambar 2.2 Komponen Dasar Proses Evaluasi Alternatif .....	18
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual Pengaruh Perilaku konsumen Terhadap Keputusan Pembelian .....	25
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Harian Kompas .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Penilaian Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Data
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data
- Lampiran 6 Hasil Uji Regresi Logistik

