



**ANALISIS KONFIMATORY FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT**

SKRIPSI

Oleh

Gito Sukma Pribadi

NIM. 070810291128

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI
2012**



**ANALISIS KONFIRMATORY FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT**

SKRIPSI

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

Oleh

Gito Sukma Pribadi

NIM. 070810291128

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gito Sukma Pribadi

NIM : 070810291128

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: “ Analisis Konfirmatory Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember Dalam Membeli Pasta Gigi Pepsodent” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 25 januari 2012

Yang menyatakan,



Gito Sukma Pribadi

PENGESAHAN

ANALISIS KONFIMATORY FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER DALAM MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Gito Sukma Pribadi
NIM : 070810291128
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 31 Januari 2012

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE, M.Si :.....
NIP. 19591013 198802 1 001
Sekretaris : Dr. Bambang Irawan, M.Si :.....
NIP. 19610317 198802 1 001
Anggota : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si. :.....
NIP. 19670421 199403 1 008

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,



Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Konfirmatory Faktor Psikologis
konsumen Terhadap Keputusan Mahasiswa
Fakultas Ekonomi Universitas Jember
Dalam Membeli Pasta Gigi pepsodent
Nama : Gito Sukma Pribadi
NIM : 070810291128
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. M. Dimyati, SE,M.Si
NIP. 19670421 199403 1 008

H.N Ari Subagiyo, SE,M.Si
NIP. 19731109 200003 1 002

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

Disetujui Tanggal :

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta yaitu bapak dan ibu yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini.
2. Kakaku Siti Haini Musayrofah, SPd dan sodara kembarku Giyo Sukma Pribadi yang telah membantu dan memberi semangat untukku.
3. Teman-temanku Reny, Bella, Tuti, Yudi, Imron, Oci, Vinda, Meta, Bayu, Wahyu, Yuga, Agusalim, Indra dan temen-temen angkatan 2007, terima kasih semuanya.
4. Almamater yang kubanggakan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

MOTTO

Tak ada yang bisa menggantikan keuletan. Bakat juga tidak; orang berbakat yang tidak sukses adalah hal yang lumrah. Kejeniusan juga tidak; orang pandai yang tidak memperoleh apa-apa sudah nyaris menjadi kata-kata mutiara. Pendidikan juga tidak; dunia sudah penuh dengan penganggur berpendidikan. Keuletan dan keteguhanlah yang paling berkuasa. “Jangan Menyerah” telah dan selalu memecahkan masalah yang dihadapi manusia.

Calvin Coolidge

Gito Sukma Pribadi

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh faktor psikologis konsumen yang terdiri dari motivasi (*motivation*), kepribadian (*personality*), persepsi (*perception*), sikap (*attitude*), dan pembelajaran terhadap keputusan mahasiswa FE-UNEJ dalam membeli pasta Gigi Pepsodent. Populasi penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi yang menggunakan atau membeli pasta gigi pepsodent. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Sampel terpilih sebanyak 170 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Pepsodent di FE-UNEJ. Kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Pepsodent di FE-UNEJ. Persepsi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Pepsodent di FE-UNEJ. Sikap berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Pepsodent di FE-UNEJ. Pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen Pepsodent di FE-UNEJ.

Kata kunci : motivasi (*motivation*), kepribadian (*personality*), persepsi (*perception*), sikap (*attitude*), pembelajaran dan keputusan mahasiswa FE-UNEJ

Gito Sukma Pribadi
The Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University

ABSTRACT

Purpose of this research are to test influence psychological factor of consumer consisted of motivation, personality, perception, attitude, and study of student FE-UNEJ in buying decision of Pepsodent tooth paste. Population of this research is economic students using or buys Pepsodent tooth paste. Sampling technique is purposive sampling. Chosen sample are 170 students. Result of research indicates that motivation has significant effect on consumer buying decision Pepsodent in FE-UNEJ. Personality has significant effect consumer buying decision Pepsodent in FE-UNEJ. Perception has significant effect consumer buying decision Pepsodent in FE-UNEJ. Position has significant effect consumer buying decision Pepsodent in FE-UNEJ. Study has significant effect consumer buying decision Pepsodent in FE-UNEJ.

Key word: motivation, personality, perception, attitude, study of student and consumer buying decision

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
2. Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si selaku Sekertaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan sebagai Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. H.N Ari Subagiyo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Dr. Imam Suroso, SE, M.Si selaku Ketua Penguji
6. Dr. Bambang Irawan, M.Si selaku Sekertaris penguji
7. Dosen dan Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
8. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang sudah menjadi responden dalam penelitian ini

9. Kedua Orang Tua ku yang sudah memberikan Doa dan Dukungan
10. Teman-temanku angkatan 2007.
11. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 31 Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	7
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
2.2.2 Model-model Perilaku Konsumen	10
2.2.3 faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	11
2.2.4 Proses Keputusan Pembelian	17
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis	20
BAB 3. METODE PENELITIAN	21
3.1 Rancangan Penelitian	21

3.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	21
3.2.1 Jenis Data	21
3.2.2 Metode Pengumpulan Data	22
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.3.1 Populasi	22
3.3.2 Sampel	22
3.4 Identifikasi variabel	23
3.5 Definisi Operasional Variabel	23
3.6 Teknik Pengukuran	25
3.7 Uji Instrumen Penelitian	25
3.7.1 Uji Validitas	25
3.7.2 Uji Reliabilitas	26
3.8 Metode Analisis Data	26
3.8.1 Uji Asumsi konfirmatori	26
3.8.2 Uji Normalitas	27
3.8.3 Uji <i>Outlier</i>	27
3.8.4 Uji Multikolinearitas	27
3.9 Analisi Regresi Dengan Pendekatan Konfirmatori.....	28
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	33
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Gambaran Umum PT. Unilever Indonesia Tbk	36
4.1.2 Gambaran Umum Produk	38
4.2 Karakteristik Responden	40
4.2.1 Angkatan Responden	40
4.2.2 Usia Responden	41
4.2.3 Jenis Kelamin Responden	41
4.3 Diskripsi Penilaian Respondent	42
4.3.1 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Motivasi(X_1)	43
4.3.2 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Kepribadian (X_2)..	44
4.3.3 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Persepsi (X_3)	45
4.3.4 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Sikap (X_4)	46
4.3.5 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Pembelajaran (X_5)	47

4.3.6 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap keputusan Pembelian (Y)	48
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	49
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk Eksogen (X).....	50
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk keputusan pembelian (Y)	51
4.5 Analisis Data	52
4.5.1 Uji Asumsi SEM	52
4.5.2 Analisis Regresi dengan Pendekatan Konfirmatori	54
4.6 Pembahasan	58
4.6.1 Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	58
4.6.2 Pengaruh Kepribadian Terhadap Keputusan pembelian	60
4.6.3 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan pembelian Konsumen	60
4.6.4 Pengaruh Sikap terhadap Keputusan Pembelian	61
4.6.5 Pengaruh Pembelajaran terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.7 Keterbatasan Penelitian	63
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	9
3.1 Uji Kesesuaian Model	31
4.1 Angkatan Responden	40
4.2 Usia Responden	41
4.3 Jenis Kelamin Responden	41
4.4 Penilaian Penilaian Responden Terhadap Motivasi, Kepribadian, Persepsi, Sikap, Pembelajaran, Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Jember	42
4.5 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Konstruk Eksogen	51
4.6 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y1)	52
4.7 Indeks Kesesuaian Model SEM	54
4.8 Hasil Pengujian Kausalitas	55
4.9 Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	19
3.1 Kerangka Pemecahan Masalah	33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	68
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden.....	70
Lampiran 3 hasii Karakteristik Responden.....	77
Lampiran 4 Distribusi Karakteristik Responden.....	78
Lampiran 5 Hasil Uji konfirmatori.....	84
Lampiran 6 Hasil <i>Construks Reability</i>	81
Lampiran 7 Hasil Regresi Dengan Pendekatan <i>Confirmatory</i>	88
Lampiran 8 Hasil Model Perbaikan Regresi.....	96