

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MENGGUNAKAN  
PONSEL *DOUBLE SIM CARD DUAL ON* PADA SISWA SMA  
DI PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Mencapai Derajat Sarjana S-1**

**Oleh:**

**Fatimah Kenti Rahayu  
0802010035**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO  
2012**

## **MOTTO**

*Dan apa saja nikmat yang ada pada kamu, maka dari Allah-lah (datangnya), dan bila kamu ditimpa oleh kemudharatan, maka hanya kepada-Nya-lah kamu meminta pertolongan.*

*(QS. An Nahl : 53)*

*Janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan sombong, sungguh Allah tidak sayang pada semua yang sombong (lagak & lidahnya).*

*(QS. Lukman : 18)*

*Katakanlah: "Siapakah yang memberi rezeki kepadamu dari langit dan dari bumi?" Katakanlah: "Allah", dan Sesungguhnya kami atau kamu (orang-orang musyrik), pasti berada dalam kebenaran atau dalam kesesatan yang nyata.*

*(QS. Saba' :24)*

## PERSEMBAHAN

*A lhamdulillah, wasyukrillah,, terima kasih ya Allah,,, atas segala kemurahan dan kemudahan yang Engkau berikan kepada saya, Akhirnya saya dapat menyelesaikan karya kecil ini. Dengan segenap hati saya mempersembahkan hasil karya ini teruntuk*

Ayahanda Slamet Hadi Warsito dan Ibunda Warsih tercinta yg telah memberikan kasih sayang, dorongan moriil maupun imateriil, doa tulus yang tiada henti-hentinya dan segalanya yang tak mungkin dapat dibalas oleh saya..yang selalu menjadi pengobar semangat bagi saya dalam menyelesaikan studi ini... yang selalu menjadi GURU terbaik dalam hidup saya... Terimakasih ayah dan ibu tetap menjadi pendorong dan penyemangat yang tiada henti bagi saya..Semoga ada surga yang kelak menjadi balasan bagi kasih sayang, cinta dan pengorbanan ayah dan ibu...Amien...

Buat adek-adekku, Hani Indri Dwi Lestari dan Fiki Maolana Malik,, Terimakasih telah menjadi secerca cahaya yang menjadikan jalan hidupku semakin berwarna... buat mbah dan keluarga besarku,,, trimakasih telah memberikan semangat kepadaku diakhir pengerjaan skripsi ini...

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel produk, harga, saluran distribusi, promosi, faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap proses keputusan menggunakan ponsel *double SIM card dual on* pada siswa SMA di Purwokerto. Akan tetapi, pada variabel harga dan faktor kebudayaan hasilnya tidak reliabel dan tidak layak untuk dianalisis. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dalam penelitian yang terdiri dari 105 responden. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda, hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan variabel produk, saluran distribusi, promosi, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan menggunakan ponsel *double SIM card dual on*. Hasil ini ditunjukkan berdasarkan hasil uji F dengan nilai F hitung sebesar 35.433 dan 40.320 dan F tabel pada taraf signifikansi 95% sebesar 2.30. Berdasarkan hasil uji t, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi, promosi, faktor pribadi dan faktor psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan menggunakan ponsel *double SIM card dual on*. Sedangkan variabel produk dan faktor sosial hanya mempunyai pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap proses keputusan menggunakan ponsel *double SIM card dual on*.

Saran: Bagi produsen ponsel dan penjual ponsel *double SIM card dual on* menyediakan saluran distribusi yang dekat dengan pusat keramaian dan meningkatkan promosi dengan cara iklan yang jelas, menarik dan mudah dipahami supaya konsumen lebih tertarik untuk menggunakan ponsel *double SIM card dual on*.

Kata kunci: bauran pemasaran, perilaku konsumen dan proses keputusan pembelian.

## ABSTRACT

The purpose of this research is to analysis the influence of variable product, price, distribution access, promotion, cultural factor, social factor, personal factor and psychologys factor toward decision process of using handphone double SIM card dual on at students high school in Purwokerto. But, at variable price and cultural factor the result is not reliabel and not suitable for analyzed. The sampling technique using purposive sampling techniques in research consisted of 105 respondents. Testing hypotheses using multiple regression analysis.

Based on the results of multiple regression analysis, the results indicate that simultaneously variable product, distribution access, promotion, social factor, personal factor and psychologys factor have positive and significant effect toward decision process of using handphone double SIM card dual on. This results are shown based on the results of the F test with F value 35.433 and 40.320 and F table at 95% significance level of 2.30. Based on the results of the t test, the results research also indicate that variable distribution access, promotion, personal factor and psychologys factor have positive and significant effect toward decision process of using handphone double SIM card dual on. While variable product and social factor just have positive but not significant effect toward decision process of using handphone double SIM card dual on.

Suggestion: for producer and seller handphone double SIM card dual on prepare distribution access which near crowded center and improve promotion by clear advertisement, interesting and easy understanding so that consumer more interest for using handphone double SIM card dual on.

Keywords: marketing mix, consumer behaviour and purchasing decision process.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur hanyalah bagi Allah SWT, Dzat yang telah memberikan dan melimpahkan berbagai nikmat dan karunia-Nya yang selalu dilimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat Allah, akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN MENGGUNAKAN PONSEL *DOUBLE SIM CARD DUAL ON* PADA SISWA SMA DI PURWOKERTO” ini dengan baik. Dengan ini pula penulis berharap hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada Ibu Herni Justiana A, S.E, M.Si dan Bapak Hengky Widhiandono, S.E, M.Si selaku pembimbing I dan II yang telah berkenan membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih banyak kepada Ibu Dra. Tri Septin Muji Rahayu, M.Si selaku penguji yang telah memberikan sumbangan pemikiran dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan juga penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. H. Syamsuhadi Irsyad, S.H, M.H selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Bapak Akhmad Darmawan, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

3. Bapak Hermin Endratno, S.E, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
4. Ibu Herni Justiana A, S.E, M.Si selaku pembimbing I saya, terimakasih atas motivasi yang telah ibu berikan untuk saya dan kawan-kawan saya.
5. Bapak Hengky Widhiandono, S.E, M.Si selaku pembimbing II saya, terimakasih atas bimbingannya selama ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
7. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan dukungan serta doa yang tulus disetiap saat.
8. Adik-adikku Hani Indri Dwi Lestari dan Fiki Maolana Malik terimakasih untuk keceriaan yang selalu menjadi cambuk dalam kemalasanku.
9. Buat lelaki ditepi hidupku “Sabha Hirawono”, terimakasih engkau datang disaat diri ini merasa rapuh.
10. Buat teman-teman Manajemen Angkatan 2008, 2010 dan teman-teman Kost Gerbang Ijo (Susi, V3, Kris, Indi, Feti), terimakasih atas bantuannya dan perkawanan yang terjaga sampai masa yang akan datang.
11. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi perbaikan dimasa yang akan datang. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Sehubungan dengan hal itu kiranya tidak ada kata yang pantas diucapkan kecuali ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, dengan iringan doa semoga bantuan mereka menjadi amal sholeh dan mendapat ridho dari Allah SWT. Amin.

Purwokerto, 2012

Penulis



## DAFTAR ISI



HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
SURAT PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Pembatasan Masalah .....	7
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Manfaat Penelitian .....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Pemasaran .....	9
B. Perilaku Konsumen .....	11
C. Model Perilaku Konsumen .....	12

D. Pengertian Bauran Pemasaran .....	13
E. Unsur-unsur Bauran Pemasaran .....	13
F. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	15
G. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	18
H. Kerangka Pemikiran .....	21
I. Hipotesis .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
A. Jenis Penelitian .....	25
B. Objek Penelitian .....	25
C. Jenis dan Sumber Data .....	25
D. Metode Pengumpulan Data .....	26
E. Populasi dan Sampel .....	26
F. Definisi Operasional Variabel .....	28
G. Skala Pengukuran Variabel .....	30
H. Metode Analisis .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Deskripsi Responden .....	38
B. Uji Instrumen Penelitian .....	41
C. Analisis Data .....	44
D. Pembahasan .....	61
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68

B. Saran ..... 70

DAFTAR PUSTAKA

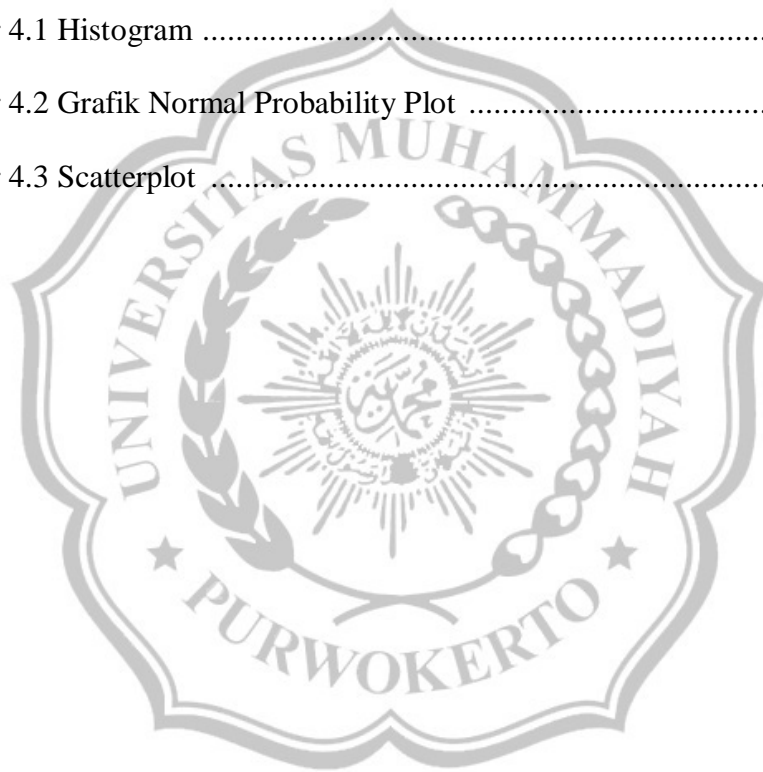


**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Variabel .....	28
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert .....	31
Tabel 4.1 Respon Responden terhadap Kuesioner .....	38
Tabel 4.2 Karakteristik Responden .....	39
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Uji Validitas .....	41
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas .....	43
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Data dengan Uji Kolmogorov Smirnov .....	45
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Multikolinieritas dengan Uji VIF .....	47
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas dengan Uji Glesjer .....	48
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda tanpa Variabel Faktor Pribadi ....	50
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Berganda tanpa Variabel Faktor Sosial .....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji F tanpa Variabel Faktor Pribadi .....	54
Tabel 4.11 Hasil Uji F tanpa Variabel Faktor Sosial .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji $R^2$ tanpa Variabel Faktor Pribadi .....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji $R^2$ tanpa Variabel Faktor Sosial .....	56
Tabel 4.14 Hasil Uji t tanpa Variabel Faktor Pribadi .....	57
Tabel 4.15 Hasil Uji t tanpa Variabel Faktor Sosial .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen .....	12
Gambar 2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	18
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian .....	18
Gambar 2.4 Perilaku Konsumen pada Implementasi Pembelian .....	20
Gambar 2.5 Konsumen Memperlakukan Produk setelah Pembelian .....	21
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran .....	24
Gambar 4.1 Histogram .....	45
Gambar 4.2 Grafik Normal Probability Plot .....	46
Gambar 4.3 Scatterplot .....	49



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Data Diri Responden
- Lampiran 3 Deskripsi Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Data Mentah Kuesioner
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 9 Korelasi Antar Variabel Independen dan Dependen
- Lampiran 10 Frekuensi Jawaban Kuesioner Responden

