

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MELALUI MEDIA ONLINE
KASKUS.CO.ID**

SKRIPSI

Nama : Danang Novalanuh

N I M : 43109010082



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK MELALUI MEDIA ONLINE
KASKUS.CO.ID**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Program Studi Manajemen S1

Nama : Danang Novalanuh

N I M : 43109010082



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
MERCU BUANA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Danang Novalanuh

NIM : 43109010082

Program Studi : Manajemen - S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 Agustus 2013



Danang Novalanuh

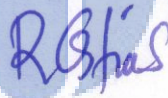
NIM : 43109010082

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Danang Novalanuh
NIM : 43109010082
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Motivasi, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Melalui Media Online Kaskus.co.id**

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh :
Pembimbing

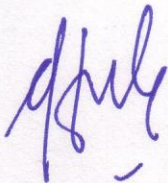


UNIVERSITAS
(Dr. Rina Astini, SE, MM)

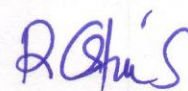
Tanggal :
MERCU BUANA

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen S1



(Dr. Wiwik Utami Ak., CA)



(Dr. Rina Astini)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

(analisis pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian produk melalui media online kaskus.co.id)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

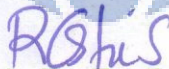
Danang Novalanuh

43109010082

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal Agustus 2013

Susunan Dewan Penguji

Ketua penguji/Pembimbing Skripsi



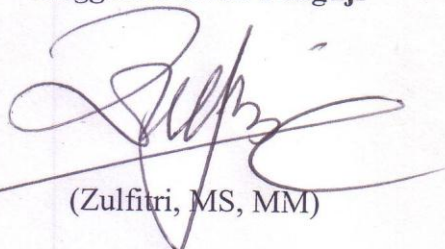
(Dr. Rina Astini, SE, MM)

Anggota Dewan Penguji



(Dra. Evawati Khumaedi, M,si)

Anggota Dewan Penguji



(Zulfitri, MS, MM)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian produk melalui media online kaskus.co.id

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang telah diberikan kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Arisetyanto Nugroho MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Wiwik Utami Ak.,CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Ibu Dr. Rina Astini SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, terima kasih atas kebijaksanaannya dan bimbingan yang telah diberikan selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Priyono, SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu dalam proses perkuliahan.
5. Papah dan mamah, **SADIN dan SAIJAH**, terima kasih atas segala dukungan nasihat dan doanya, ilmu dan semua pengarahan tiada henti-hentinya dan tiada lelah yang diberikan selama ini. Dan adik-adikku, **Imbang Dwi Hanekowati, Nadia Chourinnisa Anggiani** yang selalu mendukung dan perhatiaannya selama ini.
6. Terima kasih juga kepada **II Handayani Rudy** yang telah membantu penelitian ini dari awal sampai akhir dan memberikan dukungan yang tiada henti selama ini dan Indah Apriliani, Samsul Bahri, Liza Ambarwati, Rendy Aprillio, Ikhsan Tabah Permana, Shandy Firdaus, Umi Kulsum, Lia Sumantri yang sudah menjadi sahabat sekaligus keluarga terima kasih telah banyak membantu selama ini dan membuat ini semua lebih berarti dan penuh cerita.

7. Helmi Firmansyah, Relvin, Setyo Ardhi, Muhammad Fariz Kelly dan semua teman-teman seperjuangan Manajemen 2009, terimakasih atas bantuan, doa, semangat dan perhatiaannya selama proses pembuatan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan keterbasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan dan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.



∥∥

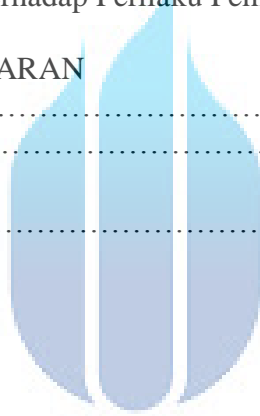
Jakarta, 2 Agustus 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Perilaku Konsumen	9
2.2 Perilaku Pembelian	10
2.2.1 Tipe Perilaku Pembelian	16
2.3 Pembuatan Keputusan Pembelian Konsumen	20
2.3.1 Tahap-tahap Proses Keputusan Membeli	20
2.4 Dasar Segmentasi Konsumen	24
2.4.1 Segmentasi Demografi	25
2.4.2 Generasi	28
2.5 Penelitian Terdahulu	35
2.6 Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian	43
3.3 Hipotesis	44
3.4 Variabel yang Diteliti dan Operasional Variabel	44

	3.5 Jenis dan Sumber Data	47
	3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	47
	3.7 Metode Pengumpulan Data	49
	3.8 Metode Analisis Data	50
	3.8.1 Analisis Data Kualitatif	50
	3.8.2 Analisis Data Kuantitatif	51
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
	4.1 Karakteristik Responden	55
	4.2 Analisis Kelayakan Data	60
	4.3 Analisis Pengaruh Demografi dan Generasi terhadap Perilaku Pembelian Pakaian Jadi	66
	4.3.1 Analisis Pengaruh Demografi terhadap Perilaku Pembelian Pakaian Jadi	66
	4.3.2 Analisis Pengaruh Generasi terhadap Perilaku Pembelian Pakaian Jadi	71
	4.3.3 Analisis Pengaruh Analisis Pengaruh Demografi dan Generasi terhadap Perilaku Pembelian Pakaian Jadi	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1 Kesimpulan	82
	5.2 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		84

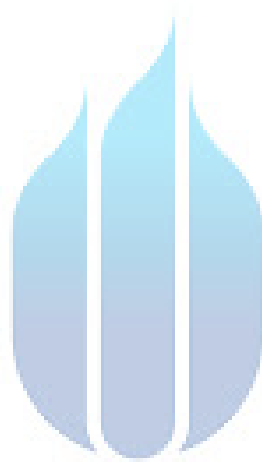


UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3.1	Operasional Variabel	45
Tabel 3.2	Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan	59
Tabel 4.6	Uji Validitas Generasi X	60
Tabel 4.7	Uji Validitas Generasi X	61
Tabel 4.8	Uji Validitas Generasi Y	62
Tabel 4.9	Uji Validitas Generasi Y	63
Tabel 4.10	Uji Validitas Perilaku Pembelian	64
Tabel 4.11	Uji Reliabilitas Generasi X	65
Tabel 4.12	Uji Reliabilitas Generasi Y	65
Tabel 4.13	Uji Reliabilitas Perilaku Pembelian	66
Tabel 4.14	Symmetric Measure Jenis Kelamin	66
Tabel 4.15	Symmetric Measure Usia	67
Tabel 4.16	Symmetric Measure Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.17	Symmetric Measure Pekerjaan	69
Tabel 4.18	Symmetric Measure Pendapatan	69
Tabel 4.19	Kesimpulan Pengaruh Demografi terhadap Perilaku Pembelian	70
Tabel 4.20	Symmetric Measure Jenis Kelamin	71
Tabel 4.21	Symmetric Measure Usia	71
Tabel 4.22	Symmetric Measure Pendidikan Terakhir	71
Tabel 4.23	Symmetric Measure Pekerjaan	72
Tabel 4.24	Symmetric Measure Pendapatan	72
Tabel 4.25	Generasi Perilaku Pembelian Jenis Kelamin Crosstabulation	73
Tabel 4.26	Symmetric Measures Jenis Kelamin	74
Tabel 4.27	Generasi Perilaku Pembelian Usia Crosstabulation	75

Tabel 4.28 Symmetric Measures Usia	75
Tabel 4.29 Generasi Perilaku Pembelian Pendidikan Terakhir Crosstabulation	77
Tabel 4.30 Symmetric Measures Pendidikan Terakhir	77
Tabel 4.31 Generasi Perilaku Pembelian Pekerjaan Crosstabulation	78
Tabel 4.32 Symmetric Measures Pekerjaan	79
Tabel 4.33 Generasi Perilaku Pembelian Pendapatan Crosstabulation	80
Tabel 4.34 Symmetric Measures Pendapatan	81



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

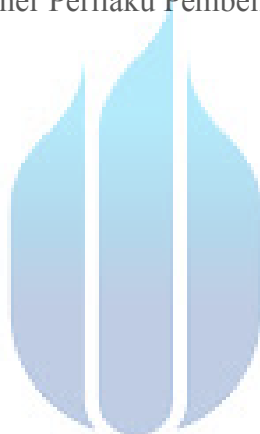
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Laju Pertumbuhan Industri Pengolahan Non Migas (Kumulatif).....	3
Gambar 1.2 Nilai Konsumsi Pakaian Per Kapita per Tahun Indonesia	5
Gambar 2.1 Tipe Perilaku Pembelian Konsumen	19
Gambar 2.2 Tahap Proses Keputusan Membeli	20
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	39
Gambar 3.1 Pasar Target Mal Puri Indah	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian	86
Lampiran 2	Uji Validitas Generasi X	90
Lampiran 3	Uji Validitas Generasi Y	92
Lampiran 4	Uji Validitas Perilaku Pembelian	94
Lampiran 5	Data Penelitian Kuesioner Generasi X	96
Lampiran 6	Data Penelitian Kuesioner Generasi Y	100
Lampiran 7	Data Penelitian Kuesioner Perilaku Pembelian	106



UNIVERSITAS
MERCU BUANA