

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MENENTUKAN KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN EARPHONE PHILIPS DAN SONY

Di susun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Meraih Gelar Sarjana Teknik Industri Jenjang Pendidikan
Strata Satu (S1)

Disusun Oleh :

TRIADI SETIAWAN

4160401 – 038



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2010

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : TRIADI SETIAWAN
NIM : 4160401-038
Program Studi : TEKNIK INDUSTRI
Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI
Universitas : MERCU BUANA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya sendiri kecuali pada bagian yang telah disebutkan sumbernya.

Jakarta, Februari 2010

Triadi Setiawan

LEMBAR PERSETUJUAN

Laporam Tugas Akhir ini dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN EARPHONE PHILIPS DAN SONY

Nama : TRIADI SETIAWAN
NIM : 4160401-038
Program Studi : TEKNIK INDUSTRI
Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI
Universitas : MERCU BUANA

Laporan Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui oleh :

Jakarta, Februari 2010

Pembimbing Tugas Akhir

(Sonny Koeswara M.Sc.)

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir ini dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MENENTUKAN KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN EARPHONE PHILIPS DAN SONY

Nama : TRIADI SETIAWAN

NIM : 4160401-038

Program Studi : TEKNIK INDUSTRI

Fakultas : TEKNOLOGI INDUSTRI

Universitas : MERCU BUANA

Laporan Tugas Akhir ini telah diterima dan diperiksa oleh :

Jakarta, februari 2010

Ketua Program Studi dan Koordinator Tugas Akhir

(Ir. M. Kholil, MT)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim, Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayahnya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ analisis faktor – faktor yang menentukan konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian earphone Philips dan Sony (studi kasus pada wilayah Gading Serpong Tangerang) Duta Suara Summarecon Mall Serpong Lt 2F No.30 – Jl Boulevard Raya Gading Serpong Tangerang. Adapun skripsi ini dibuat untuk dapat memenuhi sebagian dari persyaratan yang harus dipenuhi agar dapat menempuh kelulusan

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan, keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, oleh karena itu segala saran dan kritik yang menuju pada perbaikan kesempurnaan skripsi ini yang sangat bermanfaat, sangat penulis harapkan dan hargai.

Pada kesempatan ini pula dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas bantuan serta bimbingan dalam menyelesaikan Skripsi ini, diantaranya kepada:

1. Bapak Sonny Koeswara, M.Sc. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir, yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya di dalam mengarahkan penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
2. Bapak Ir. M. Kholil, MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri dan Koordinator Tugas Akhir atas dorongan morilnya.

3. Bapak Ir. H. Torik Husein, MT. selaku dosen PA angkatan 2004.
4. Para Dosen Program Studi Teknik Industri, yang telah mengajarkan dan memberikan pengalaman selama penulis kuliah hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Tujono, SE. selaku Kepala Counter Duta Suara Cabang Gading Serpong.
6. Kepada seluruh rekan – rekan di Duta Suara.
7. Khusus untuk kedua oarngtua tercinta H. Adi Kelana Sukma Jaya dan Hj. Siti Afifah yang selalu menantikan penulis menjadi seorang sarjana.
8. Kepada kakak - kakakku tersayang Dedi Suryadi Dharmawan, ST. MM. Ayi Intan Putriyanti, ST. MT. dan Dewi Adiyani, SE. yang telah membantu hingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Kawan – kawan dari Warle yang tetap kompak sampai mati
10. Rekan – rekan se – Almamater khususnya teman – teman Angkatan 2004 Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis, untuk itu penulis mohon kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulis di masa yang akan datang.

Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Februari 2010

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Pembatasan Masalah	5
1.5 Metode Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.2 Model Perilaku Konsumen	9

2.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen	10
2.4	Tipe Perilaku Pembelian Konsumen	17
2.5	Proses Pengambilan Keputusan	18
2.6	Bauran Pemasaran	20
2.7	Kerangka Pikir Penelitian	33
2.8	Hipotesis Penelitian	35
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.2	Jenis dan Sumber Data	36
3.3	Populasi dan Sample	37
3.4	Metode Pengumpulan Data	40
3.5	Metode Analisis Data	41
3.6	Definisi Operasional Variabel	47
BAB IV	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1	Sejarah Perusahaan Philips	50
4.2	Sejarah Perusahaan Sony	52
4.3	Identitas Responden	53
1.	Jenis Kelamin Responden	53
2.	Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Dan Pembelian Earphone	53

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Uji Reliabilitas	55
5.2 Analisis Mengenai Faktor-faktor Yang Menentukan Pengambilan Keputusan Pembelian Earphone Philips dan Sony	
1. Faktor Usia dengan Keputusan pembelian Earphone	56
2. Faktor Pekerjaan dengan Keputusan pembelian Earphone	57
3. Faktor Pendapatan dengan Keputusan pembelian Earphone	57
4. Faktor Keluarga dengan Keputusan pembelian Earphone	58
5. Faktor Peran Dan Status Sosial dengan Keputusan pembelian Earphone	59
6. Faktor Kemasan dengan Keputusan pembelian Earphone	60
7. Faktor Kualitas dengan Keputusan pembelian Earphone	61
8. Faktor Harga dengan Keputusan pembelian Earphone	62
9. Faktor Diskon dengan Keputusan pembelian Earphone	65

10. Faktor Lokasi dengan Keputusan pembelian	
Earphone	66
11. Faktor Iklan Penjualan dengan Keputusan	
Earphone	67
5.3 Kesimpulan Hasil Chi Square dan	
Koefisien Kontingensi	69
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	71
6.2 Saran	72
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Akumulasi unit penjualan earphone Philips dan Sony pada bulan September, Oktober, November 2009	38
Tabel 3.2	Koefisien Kontingensi	43
Tabel 3.3	Koefisien Kontingensi tingkat usia dengan Pembelian Earphone	45
Tabel 3.4	Dimensi dan Pengukurannya	48
Tabel 4.1	Jenis kelamin Responden	53
Tabel 4.2	Tabulasi Silang antara Jenis Kelamin dan Pembelian Earphone	54
Tabel 5.1	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 5.2	<i>Chi square test</i> Faktor Usia	56
Tabel 5.3	<i>Chi square test</i> Faktor Pekerjaan	57
Tabel 5.4	<i>Chi square test</i> Faktor Pendapatan	58
Tabel 5.5	<i>Chi square test</i> Faktor Keluarga	59
Tabel 5.6	<i>Chi square test</i> Faktor Peran dan Status Sosial	60
Tabel 5.7	<i>Chi square test</i> Faktor Kemasan	61
Tabel 5.8	<i>Chi square test</i> Faktor Kualitas	62
Tabel 5.9	<i>Chi square test</i> Faktor Harga	63
Tabel 5.10	Koefisien Kontingensi Faktor Harga dengan Pembelian Earphone	63
Tabel 5.11	<i>Symmetric Measures</i> Faktor Harga	64
Tabel 5.12	<i>Chi square test</i> Faktor Diskon	65
Tabel 5.13	<i>Chi square test</i> Faktor Lokasi	66
Tabel 5.14	<i>Chi square test</i> Faktor Iklan Penjualan	67
Tabel 5.15	Koefisien Kontingensi Faktor Iklan Penjualan dengan Pembelian Earphone	68
Tabel 5.16	<i>Symmetric Measures</i> Faktor Iklan Penjualan	68
Tabel 5.17	Kesimpulan Hasil Chi Square dan Koefisien Kontingensi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen	10
Gambar 2.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	11
Gambar 2.3	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.4	Bauran Pemasaran	21
Gambar 2.5	Tingkatan Saluran Distribusi	29
Gambar 2.6	Kerangka Pikir Penelitian	34
Gambar 3.1	Flow chart Metodologi Penelitian	49