

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT MACKIANOS
NETWORK**

SKRIPSI



**Oleh
Apyanto
150910231**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT MACKIANOS
NETWORK**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Apyanto
150910231**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan/atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing;
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 01 Februari 2019

Materai 6000

Apryanto
150910231

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGI DAN
FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA PT MACKIANOS
NETWORK**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh:
Apyanto
150910231**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 01 Februari 2019

**Dr.Hendri Herman, S.E., M.Si.
Pembimbing**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi telekomunikasi sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat. Masyarakat luas akan membutuhkan layanan hiburan dengan menggunakan jasa telekomunikasi, seperti adanya siaran televisi dengan berbagai jenis acara ataupun hiburan lainnya. Oleh karena itu, perusahaan penyedia layanan harus mampu meningkatkan kualitas layanannya agar dapat meningkatkan tingkat keputusan pembelian dari konsumen. Terdapat berbagai faktor yang dapat mempengaruhi seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Faktor-faktor tersebut diantaranya adalah faktor psikologi dan faktor sosial yang sewaktu-waktu dapat timbul dalam diri seorang konsumen pada saat akan melakukan suatu keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor psikologi dan faktor sosial terhadap keputusan pembelian pada PT Mackianos Network yang dilakukan pada wilayah Pelita 1 sampai pelita 7 dan Kampung Utama Atas, kota Batam. Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang berdomisili di wilayah tersebut dengan jumlah sampel sebesar 190 orang responden. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kausalitas yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, uji t dan uji F melalui program aplikasi SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor psikologi (X1) dan faktor sosial (X2) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa variabel faktor psikologi (X1) dan faktor sosial (X2) mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 21,4%, sedangkan sisanya sebesar 78,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Psikologi, Sosial, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of telecommunications technology is very important in people's lives. The wider community will need entertainment services by using telecommunications services, such as television broadcasts with various types of programs or other entertainment. Therefore, service provider companies must be able to improve the quality of their services in order to increase the level of purchasing decisions from consumers. There are various factors that can influence a consumer in making a purchasing decision. These factors include psychological factors and social factors that can arise at any time in a consumer when making a purchasing decision. This study aims to determine the effect of psychological factors and social factors on purchasing decisions at PT Mackianos Network conducted from Pelita 1 region until Pelita 7 and Kampung Utama Atas, Batam city. Respondents in this study were customers who domicile at there with 190 respondents as a sample. This study uses a causality research design carried out with a quantitative approach. The data analysis technique uses validity, reliability, normality, multicollinearity, heterocedasticity, multiple linear regression analysis, t test and F test through the SPSS application program version 21. The results of this study indicate that psychological factors (X1) and social factors (X2) partially and simultaneous have significant effect on purchasing decisions (Y). The results of the Determination Coefficient test show that psychological factor (X1) and social factors (X2) affect the purchasing decision (Y) by 21.4%, while the remaining 78.6% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Psychology, Social, and Purchasing Decisions.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang merupakan syarat untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI., selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E, M.Si., selaku pembimbing yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan Staff Univeristas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
6. Seluruh pimpinan dan karyawan PT Mackianos Network di Kota Batam yang telah membantu dalam pengumpulan data penelitian;
7. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, nasehat, dan dukungan penuh kepada penulis;
8. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya.

Batam, 01 Februari 2019

Apryanto
150910231

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
1.6.1 Manfaat Teoritis	9
1.6.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Faktor Psikologi	11
2.1.1.1 Pengertian Faktor Psikologi.....	11
2.1.1.2 Psikologi dan Kepuasan Konsumen	12
2.1.1.3 Indikator Faktor Psikologi	13
2.1.2 Faktor Sosial	15
2.1.2.1 Pengertian Faktor Sosial	15
2.1.2.2 Faktor Sosial yang mempengaruhi Perilaku Pelanggan	16
2.1.2.3 Indikator Faktor Sosial.....	18
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.1.3.2 Karakteristik Keputusan Pembelian.....	19
2.1.3.3 Empat Perspektif Keputusan Konsumen	20
2.1.3.4 Proses Pengambilan Keputusan.....	21
2.1.3.5 Indikator Keputusan Pembelian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	27

2.3.1	Pengaruh Faktor Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian	27
2.3.1	Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	28
2.4	Hipotesis Penelitian	28
BAB III		30
METODOLOGI PENELITIAN		30
3.1	Desain Penelitian	30
3.2	Operasional Variabel	31
3.2.1	Variabel Independen	32
3.2.2	Variabel Dependen.....	32
3.3	Populasi dan Sampel	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	36
3.5	Metode Analisis Data	37
3.5.1	Analisis Deskriptif	38
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	40
3.5.2.1	Uji Validitas	40
3.5.2.2	Uji Reliabilitas.....	41
3.5.3	Asumsi Klasik	43
3.5.3.1	Uji Normalitas	43
3.5.3.2	Uji Multikolinearitas	45
3.5.3.3	Uji Heterokedastisitas.....	45
3.5.4	Uji Pengaruh	46
3.5.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.5.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	47
3.5.5	Uji Hipotesis	48
3.5.5.1	Uji Hipotesis Secara Parsial Uji t	49
3.6	Lokasi dan Jadwal Penelitian	51
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	51
3.6.2	Jadwal Penelitian.....	51
BAB IV		53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		53
4.1	Analisis Deskriptif Responden.....	53
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Umur	54
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.1.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	56
4.2	Hasil Penelitian.....	57
4.2.1	Analisis Deskriptif	57
4.2.1.1	Hasil Deskriptif Variabel Faktor Psikologi (X_1).....	57
4.2.1.2	Hasil Deskriptif Variabel Faktor Sosial (X_2).....	58
4.2.1.3	Hasil Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	59
4.2.2	Hasil Uji Kualitas Data	61
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas Instrumen	61
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	63
4.2.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	64

4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	64
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinieritas	66
4.2.3.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
4.2.4	Hasil Uji Pengaruh.....	69
4.2.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.2.4.2	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis.....	71
4.2.5.1	Hasil Uji t.....	71
4.2.5.2	Hasil Uji F.....	73
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
BAB V		78
SIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Simpulan.....	78
5.2	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3.1 Bell-Shaped Curve	44
Gambar 4.1 Histogram	65
Gambar 4.2 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized.....	65
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan PT. Mackianos Network	6
Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	32
Tabel 3.2 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	37
Tabel 3.3 Rentang Skala Penelitian.....	39
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas	43
Tabel 3.5 Tabel Jadwal Penelitian.....	52
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Umur	54
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	56
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Faktor Psikologi	57
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Faktor Sosial	58
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Faktor Psikologi (X1).....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X2)	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.11 Indeks Koefisien Reliabilitas	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	67
Tabel 4.15 Hasil Uji Glejser.....	68
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	69
Tabel 4.17 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 4.18 Hasil Uji t	72
Tabel 4.19 Hasil Uji F	73

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Rumus Slovin.....	35
Rumus 3.2 Rentang Skala	38
Rumus 3.3 Korelasi Product Moment	41
Rumus 3.4 Cronbach's Alpha	42
Rumus 3.5 Regresi Linear Berganda.....	47
Rumus 3.6 Koefisien Determinasi	48
Rumus 3.7 Rumus Uji T (Parsial)	49
Rumus 3.8 Rumus Uji F (Simultan).....	50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner	84
Lampiran 2 Tabulasi Kuesioner	88
Lampiran 3 Hasil Olah SPSS	105
Lampiran 4 Tabel r	118
Lampiran 5 Tabel t	124
Lampiran 6 Tabel F	129
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	136
Lampiran 8 Surat Keterangan Penelitian	138
Lampiran 9 Surat Balasan dari Objek Penelitian	140