

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI, DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SMARTPHONE VIVO DI ERAFONE  
CIPUTRA WORLD SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Untuk Menyusun Skripsi S-I Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

Ridho Winanda  
18012010239/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR

2023

SKRIPSI

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI, DAN SIKAP  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
SMARTPHONE VIVO DI ERAFONE  
CIPUTRA WORLD SURABAYA**

Disusun Oleh :

**RIDHO WINANDA**  
**18012010239/FEB/EM**

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal : 13 Januari 2023

Pembimbing/1

**Drs. Ec. Supriyono, M.M**  
**NIP.196708182021211001**

Koordinator Program Studi

**Sulastri Irbayuni, SE,MM**  
**NIP. 196206161989032001**

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**  
**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

20 JAN 2023

**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika P, M.Si, CRP**

**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ridho Winanda  
NIM : 18012010239  
Fakultas /Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi/Tugas Akhir/  
Tesis/Desertasi :Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi, dan Motivasi  
Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di  
Erafone Ciputra World Mall Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 24 Januari 2023

Yang Menyatakan

  
  
( Ridho Winanda )

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat diberikan kesempatan untuk menyelesaikan proposal laporan akhir yang berjudul : **“PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE VIVO DI ERAFONE CIPUTRA WORLD SURABAYA”**.

Penulis akui bahwa kesulitan selalu ada di setiap proses pembuatan proposal laporan akhir ini, tetapi faktor kesulitan itu lebih karena datang dari diri sendiri. Semua proses kelancaran pada saat pembuatan proposal laporan akhir ini tidak lepas dari segala bantuan dari berbagai pihak yang dengan baik hari memberikan sumbangsuhnya.

Selama melakukan penulisan skripsi ini, tak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih pada Bapak Drs. Ec. Supriyono M.M. sebagai dosen pembimbing yang telah membantu penulis selama menyelesaikan proposal laporan akhir ini. Adapun penulis sampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT, sebagai Rektor UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Prof. Dr. Syamsul Huda, Mt, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis FEB UPN “Veteran” Jatim.
3. Ibu Sulastri Irbayuni, SE.MM, sebagai Kaprogdi Program Studi Manajemen FEB UPN “Veteran” Jatim.

4. Bapak Drs. Ec. Supriyono M.M, sebagai dosen pembimbing penulis.  
Terima kasih atas segala kontribusi dan nasehat-nasehat selama penulis menyusun proposal akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen maupun Staf Karyawan FEB.  
Terima Kasih atas segala bantuan selama ini. Serta tak lupa penulis memberikan rasa terima kasih secara khusus kepada:
6. Ibu, adik, ayah serta keluarga besar yang telah mendukung dan membimbing penuh kasih sayang dan doa yang selalu dipanjatkan tak henti-hentinya oleh orang tua kepada penulis.
7. Serta teman-teman dan seluruh pihak yang tak dapat penulis sebutkan atas keterbatasan halaman ini, untuk segala bentuk bantuan yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga proposal laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman-teman di Jurusan Manajemen.

Surabaya, 28 Mei 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah .....	8
Tujuan Penelitian.....	9
Manfaat Penelitian .....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
Penelitian Terdahulu .....	11
Landasan Teori .....	14
Pemasaran.....	14
Manajemen Pemasaran.....	16
Perilaku Konsumen .....	17
Motivasi Konsumen.....	19
Persepsi .....	21
Sikap Konsumen .....	23
Keputusan Pembelian .....	26
Hubungan Antar Variabel .....	28
Hubungan Motivasi Konsumen dengan Keputusan Pembelian .....	28
Hubungan Persepsi dengan Keputusan Pembelian.....	28
Hubungan Sikap Konsumen dengan Keputusan Pembelian .....	29
Kerangka Konseptual.....	30
Hipotesis Penelitian .....	30
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN .....	32
Operasional dan Pengukuran Variabel .....	32
Pengukuran Variabel.....	34

Teknik Pengambilan Sampel.....	35
Pengumpulan Data.....	37
Jenis Data .....	37
Sumber Data.....	37
Teknik Pengumpulan Data.....	38
Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
Teknik Analisis.....	38
Fungsi Metode Partial Least Square (PLS).....	41
Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS).....	42
Langkah-langkah PLS.....	43
Asumsi PLS .....	47
Ukuran Sampel.....	47
Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
BAB IV .....	50
HASIL DAN PEMBAHASAN .....	50
Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
Karakteristik Responden dan Deskripsi Hasil Penelitian .....	51
Karakteristik Responden.....	51
Tabel 4.1 .....	51
Tabel 4.2 .....	52
Tabel 4.3 .....	53
Deskripsi Variabel Motivasi Konsumen .....	54
Hasil Jawaban Responden Variabel Motivasi Konsumen .....	54
Deskripsi Variabel Persepsi .....	56
Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi .....	56
Deskripsi Variabel Sikap Konsumen .....	59
Hasil Jawaban Responden Variabel Sikap Konsumen.....	59
BAB V.....	76
KESIMPULAN.....	76
SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	78
LAMPIRAN .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	31
Gambar 3. 1 Langkah-langkah PLS.....	43
Gambar 3.2 Diagram Jalur PLS.....	45
Gambar 4.1 Outer Model (factor loading, Path Coefficient dan R-Square).....	72



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Smartphone Tahun 2019 – 2022...	3
Tabel 1. 2 Data Penjualan Smartphone Vivo di Erafone Ciputra World Mall Surabaya .....	5
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin...	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	54
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden Variabel Motivasi Konsumen.....	55
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi .....	57
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Sikap Konsumen .....	59
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian .....	62
Tabel 4. 8 Residual Statistic2 .....	64
Tabel 4. 9 Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	65
Tabel 4.10 Cross Loading... ..	67
Tabel 4.11 Average variance extracted (AVE).....	69
Tabel 4.12 Composite Reliability .....	70
Tabel 4.13 Latent Variable Correlations .....	70
Tabel 4.14 R-Square .....	73
Tabel. 4.15 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	84
Lampiran 2 Deskriptif Data Jawaban Responden.....	96
Lampiran 3 Tabel Frekuensi Data Jawaban Responden .....	97
Lampiran 4 Uji Outlier.....	102
Lampiran 5 Hasil Olah Data PLS .....	103
Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values).....	104
Outer Weights (Mean, STDEV, T-Values).....	105
Outer Loadings (Mean, STDEV, T-Values) .....	106
Latent Variable Correlations .....	107
R Square.....	107
Cross Loading .....	107
AVE.....	108
Composite Reliability .....	108

# **PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE VIVO DI ERAFONE CIPUTRA WORLD SURABAYA**

Oleh :

**Ridho Winanda**  
**18012010239/FEB/EM**

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh motivasi konsumen, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk Smartphone Vivo di Erafone Ciputra World Mall Surabaya. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dimana variabel dependen adalah keputusan pembelian dan variabel independen dalam penelitian ini adalah motivasi konsumen dan persepsi. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan teknik Purposive Sampling dan analisis data dilakukan dengan metode Partial Least Square (PLS). Hasil analisis penelitian ini bahwa motivasi konsumen, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone Vivo di Erafone Ciputra World Mall Surabaya. Hasil pembahasan penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi konsumen, persepsi, dan sikap konsumen maka semakin tinggi juga minat dari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

**Kata Kunci: Motivasi Konsumen, Persepsi, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian**