

PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PSIKOLOGIS DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BAJU THREE SECOND PADA ROYAL PLAZA  
DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Oleh :

ARIF RELO PAMBUDI

NPM. 1142010032

KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2017

**PENGARUH FAKTOR SOSIAL PSIKOLOGIS DAN PRIBADI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU THREE SECOND PADA ROYAL  
PLAZA DI KOTA SURABAYA**

**Disusun Oleh :**

**Arif Relo Pambudi**

**NPM. 1142010032**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,**

**Pembimbing Utama**

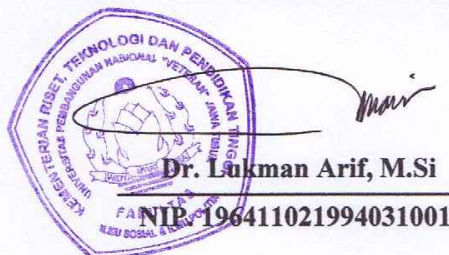


**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**

**NIP. 196407291990032001**

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Lukman Arif, M.Si**

**NIP. 196411021994031001**

**Pengaruh Faktor Sosial, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Three Second pada Royal Plaza di Kota Surabaya**

Disusun Oleh :

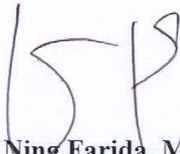
**Arif Relo Pambudi**  
1142010032

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal 24 Mei 2017

Menyetujui,

PEMBIMBING



**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
NIP. 196407291990032001

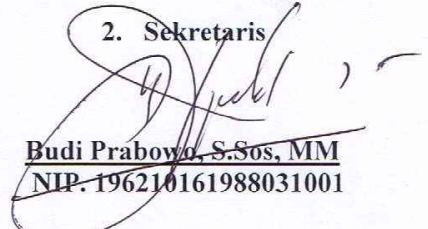
TIM PENGUJI:

1. Ketua



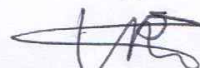
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



**Budi Prabowo, S.Sos, MM**  
NIP. 196210161988031001

3. Anggota



**Dr. Nurhadi, M.Si**  
NIP. 196902011994031001

Mengetahui,

DEKAN



**Dr. Lukman Arif, M.Si**  
NIP. 196411021994031001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proporsal ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan ini penulis mengambil judul dalam penyusunan skripsi yaitu “Pengaruh Faktor Sosial, Psikologis dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Baju Three Second Pada Royal Plaza di Kota Surabaya”.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan proposal skripsi ini, terutama sekali kepada ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat serta motivasi kepada penulis. Dan penulis juga banyak menerima bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual maupun materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.H.Lukman Arif, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Koordinasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poilitik.
3. Bapak/Ibu Dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan pengetahuan berupa materi yang bersangkutan dengan proposal skripsi ini.

4. Orang tua dan keluarga yang tiada henti memberikan doa, semangat, dukungan dan motivasi kepada penulis mulai dari daftar kuliah sampai penyelesaian proposal skripsi ini.
5. Sahabat dan Teman – teman Adminitrasi Bisnis 2011 yang selalu membantu penulis selama masa perkuliahan sampai penulisan proposal skripsi.

Penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan proposal skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Untuk itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini. Akhirnya, dengan segala keterbatasan yang penulis miliki semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis khususnya.

Surabaya , Maret 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
LAMPIRAN .....	x
ABSTRAK .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat penelitian .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
2.2 Perilaku Konsumen .....	10
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	10
2.2.2 Teori Perilaku Konsumen .....	11
2.2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
2.3 Keputusan Pembelian .....	24
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	24
2.3.2 Pihak-Pihak yang Terlibat dalam Keputusan Pembelian .....	25
2.3.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian ..	26
2.4 Kerangka Berfikir .....	29
2.5 Hipotesis .....	30

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	32
3.1.1	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.1.2	Pengukuran Variabel .....	35
3.2	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel ...	36
3.2.1	Populasi .....	36
3.2.2	Sampel .....	36
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel .....	37
3.3	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.3.1	Jenis Data .....	38
3.3.2	Sumber Data .....	38
3.3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.	Teknik Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	39
3.4.1	Teknik Analisis .....	39
3.4.2	Uji Hipotesis .....	44

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	48
4.1.1	Sejarah Umum .....	48
4.1.2	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.3	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	50
4.1.4	Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	51
4.2	Penyajian Data .....	52
4.2.1	Variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ) .....	53
4.2.2	Variabel Faktor Psikologis ( $X_2$ ) .....	54
4.2.3	Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	56
4.2.4	Variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) .....	57

4.3	Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	59
4.3.1	Uji Validitas .....	59
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	60
4.4	Analisis Dan Pembahasan .....	62
4.4.1	Uji Asumsi Klasik .....	62
4.4.2	Analisis Statistik Regresi Linear Berganda ..	66
4.4.3	Pengujian Hipotesis .....	69
4.5	Pembahasan .....	74
4.5.1	Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian.....	77
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN .....	83
5.1	Kesimpulan .....	83
5.2	Saran .....	84
	DAFTAR PUSTAKA .....	



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Proses Keputusan Pembelian .....	28
Gambar 2.2 Kerangka Berfikir .....	30
Gambar 3.1 Daerah Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Simultan .....	46
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Parsial .....	47
Gambar 4.1 Motivasi Kriteria Penerimaan / Penolakan Hipotesis Secara Simultan .....	70
Gambar 4.2 Kurva Motivasi Hasil Analisis Secara Parsial Faktor Sosial ( $X_1$ ) .....	72
Gambar 4.3 Kurva Motivasi Hasil Analisis Secara Parsial Faktor Psikologis ( $X_2$ ) .....	73
Gambar 4.4 Kurva Motivasi Hasil Analisis Secara Parsial Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Presentase Penjualan Baju di Indonesia Tahun 2016-2017 .....	5
Tabel 3.1	Instrumen Skala Penelitian .....	36
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan usia .....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	52
Tabel 4.4	Indikator Variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ) .....	53
Tabel 4.5	Indikator Variabel Faktor Psikologis ( $X_2$ ) .....	54
Tabel 4.6	Indikator Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	56
Tabel 4.7	Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	57
Tabel 4.8	Validitas Masing – Masing Item variabel Bebas .....	59
Tabel 4.9	Validitas Masing – Masing Item Keputusan Pembelian .....	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas .....	61
Tabel 4.11	Nilai VIF (Variance Inflation Factor) .....	62
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	63
Tabel 4.13	Tes Autokorelasi .....	65
Tabel 4.14	Hasil Analisis Regresi Berganda .....	67
Tabel 4.15	Analisis Variasi (ANOVA) .....	69
Tabel 4.16	Matriks Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang .....	77

## LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisisioner
- Lampiran 2 Frequencies x1.1 , x1.2 , x1.3 , x1.4
- Lampiran 3 Frequencies x2.1 , x2.2 , x2.3 , x2.4
- Lampiran 4 Frequencies x2.5 , x3.1 , x3.2 , x3.3
- Lampiran 5 Frequencies x3.4 , y1.1 , y1.2 , y1.3
- Lampiran 6 Frequencies y1.4 , y1.5
- Lampiran 7 Uji Reliabilitas dan Validitas
- Lampiran 8 Uji Reliabilitas dan Validitas
- Lampiran 9 Regression
- Lampiran 10 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
- Lampiran 11 Coefficients
- Lampiran 12 Excel

PENGARUH FAKTOR SOSIAL PSIKOLOGIS DAN PRIBADI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU THREE SECOND PADA  
ROYAL PLAZA DI KOTA SURABAYA

Oleh :

ARIF RELO PAMBUDI

---

NPM. 1142010032

ABSTRAK

Fashion menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu modern saat ini. Hal ini membuat Three second sebagai salah satu merk baju fashion di Indonesia harus selalu memperhatikan perilaku setiap konsumennya. Perilaku konsumen seseorang terbentuk karena pengaruh dari faktor sosial, psikologis dan pribadi. Faktor-faktor inilah yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan secara parsial faktor sosial, psikologis dan pribadi terhadap keputusan konsumen membeli baju three second pada royal plaza di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli baju three second pada royal plaza di Kota Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 66 orang responden, teknik pengambilan sampel disini dengan menggunakan teknik accidental sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian regresi linier berganda dengan menggunakan uji F dinyatakan bahwa secara simultan variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ), Faktor Psikologis ( $X_2$ ), dan Faktor Pribadi ( $X_3$ ) secara bersama berpengaruh nyata terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dinyatakan bahwa secara parsial variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ) dan Faktor Psikologis ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ). sedangkan secara parsial faktor Pribadi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ). oleh karena itu perusahaan perlu mengembangkan strategi promosi yang terkait dengan faktor pribadi dari para pelanggan. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain dan metode lain.

Kata Kunci : Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Pribadi dan  
Keputusan Pembelian.

PENGARUH FAKTOR SOSIAL PSIKOLOGIS DAN PRIBADI  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BAJU THREE SECOND PADA  
ROYAL PLAZA DI KOTA SURABAYA

Oleh :

ARIF RELO PAMBUDI

---

NPM. 1142010032

ABSTRAK

Fashion menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu modern saat ini. Hal ini membuat Three second sebagai salah satu merk baju fashion di Indonesia harus selalu memperhatikan perilaku setiap konsumennya. Perilaku konsumen seseorang terbentuk karena pengaruh dari faktor sosial, psikologis dan pribadi. Faktor-faktor inilah yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil sebuah keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan secara parsial faktor sosial, psikologis dan pribadi terhadap keputusan konsumen membeli baju three second pada royal plaza di Kota Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli baju three second pada royal plaza di Kota Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 66 orang responden, teknik pengambilan sampel disini dengan menggunakan teknik accidental sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengujian regresi linier berganda dengan menggunakan uji F dinyatakan bahwa secara simultan variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ), Faktor Psikologis ( $X_2$ ), dan Faktor Pribadi ( $X_3$ ) secara bersama berpengaruh nyata terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ) sebagai variabel terikat. Dari pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dinyatakan bahwa secara parsial variabel Faktor Sosial ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ). Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dinyatakan bahwa secara parsial variabel Faktor Psikologis ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian baju three second pada royal plaza di kota surabaya dan faktor Pribadi ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian baju three second pada royal plaza di kota Surabaya ( $Y$ ). Oleh karena itu perusahaan perlu mengembangkan strategi promosi yang terkait dengan faktor pribadi dari para pelanggan. Penelitian yang akan datang disarankan untuk mengambil sampel yang lebih banyak daripada sampel dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain dan metode lain.

Kata Kunci : Faktor Sosial, Faktor Psikologis, Faktor Pribadi dan Keputusan Pembelian.