

**VARIABEL – VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT DI FINGERSPOT  
PT. BIOMETRIK CITRA SOLUSI INDONESIA**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**Rohman Widya Utomo**

**1142010025**

**KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2018**

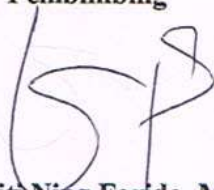
**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT DI FINGERSPOT  
PT. BIOMETRIK CITRA SOLUSI INDONESIA**

**Disusun Oleh :**

**ROHMAN WIDYA UTOMO**  
**NPM. 1142010025**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing**



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

**Mengetahui,  
DEKAN**



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

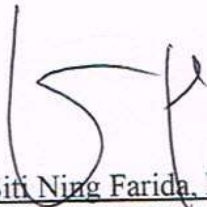
VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT DI FINGERSPOT  
PT. BIOMETRIK CITRA SOLUSI INDONESIA

Disusun Oleh :

ROHMAN WIDYA UTOMO  
NPM. 1142010025

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 30 Mei 2018

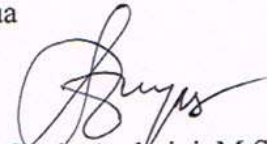
Pembimbing Utama



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

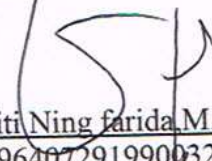
Tim Penguji :

1. Ketua



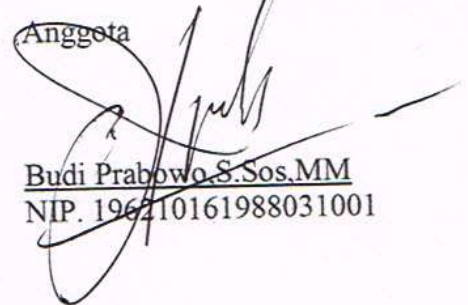
Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



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

3. Anggota



Budi Prabowo S.Sos.MM  
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,  
DEKAN  
  
Dr. Lukman Arif, M.Si  
NIP. 196411021994031001

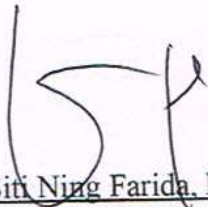
VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT DI FINGERSPOT  
PT. BIOMETRIK CITRA SOLUSI INDONESIA

Disusun Oleh :

ROHMAN WIDYA UTOMO  
NPM. 1142010025

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi  
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 30 Mei 2018

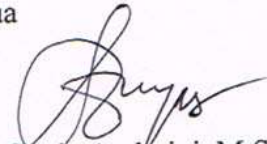
Pembimbing Utama



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

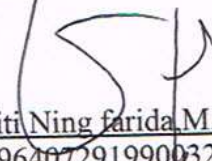
Tim Penguji :

1. Ketua



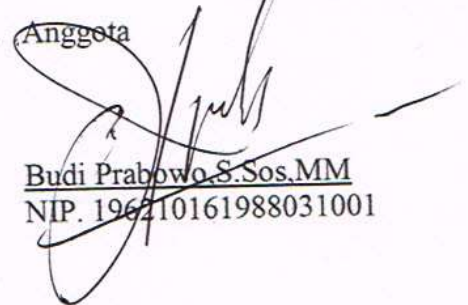
Dra. Sonja Andarini, M.Si  
NIP. 196503261993092001

2. Sekretaris



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

3. Anggota



Budi Prabowo S.Sos.MM  
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,  
DEKAN  
  
Dr. Lukman Arif, M.Si  
NIP. 196411021994031001



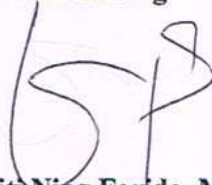
**VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN  
DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT DI FINGERSPOT  
PT. BIOMETRIK CITRA SOLUSI INDONESIA**

**Disusun Oleh :**

**ROHMAN WIDYA UTOMO**  
**NPM. 1142010025**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui,  
Pembimbing**



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

**Mengetahui,  
DEKAN**



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

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR ..... i

DAFTAR ISI ..... ii

DAFTAR TABEL ..... vii

DAFTAR GAMBAR ..... ix

ABSTRAKSI..... x

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang ..... 1

1.2 Perumusan Masalah ..... 5

1.3 Tujuan Penelitian ..... 5

1.4 Manfaat Penelitian ..... 6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu ..... 7

2.2 Landasan Teori..... 9

2.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran ..... 9

2.2.2 Manajemen Pemasaran..... 10

2.2.3 Fungsi Pemasaran .....	11
2.2.4 Konsep Pemasaran .....	12
2.2.5 Strategi Pemasaran .....	13
2.2.6 Fungsi Strategi Pemasaran .....	15
2.2.7 Bauran Pemasaran .....	16
2.2.8 Promosi ( <i>Promotion</i> ) .....	18
2.2.8.1 Pengertian Promosi .....	18
2.2.8.2 Tujuan Promosi .....	19
2.2.9 Harga ( <i>Price</i> ) .....	20
2.2.10 Tempat ( <i>Place</i> ) .....	22
2.2.11 Produk ( <i>product</i> ).....	22
2.2.11.1 Pengertian Produk .....	22
2.2.12 <i>Branding</i> (merek) .....	23
2.2.13 Perilaku Konsumen.....	24
2.2.13.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	24
2.2.13.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	24
2.2.13.3 Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
2.2.13.4 Struktur Keputusan Pembeli.....	35

2.2.13.5 Peran Konsumen dalam Pembelian .....	36
2.2.13.6 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan konsumen.....	37
2.3 Kerangka Berfikir .....	40
2.4 Hipotesis .....	41

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	43
3.1.1 Definisi Operasional .....	43
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	45
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Variabel .....	46
3.2.1 Populasi .....	46
3.2.2 Sampel dan Teknik Penarikan Variabel .....	46
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.3.1 Jenis Data .....	47
3.3.2 Sumber Data .....	48
3.3.3 Pengumpulan Data .....	48
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	49
3.4.1 Uji Validitas .....	49



3.4.2 Uji Reliabilitas .....	50
3.4.3 Uji Asumsi Klasik .....	52
3.4.3.1 Multikolonieritas .....	52
3.4.3.2 Heteroskedastisitas .....	53
3.4.3.3 Autokorelasi.....	53
3.4.3.4 Uji Normalitas.....	54
3.4.4 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda .....	55
3.4.5 Pengujian Hipotesis .....	57
3.4.5.1 Uji F .....	57
3.4.5.2 Uji t .....	59

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	60
4.1.1 Deskripsi dan Data Responden .....	63
4.2 Penyajian Data .....	66
4.2.1 Variabel Produk ( $X_1$ ) .....	66
4.2.2 Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	68
4.2.3 Variabel Lokasi ( $X_3$ ) .....	69
4.2.4 Variabel Promosi ( $X_4$ ) .....	71
4.2.5 Variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	72

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	74
4.3.1 Uji Validitas .....	74
4.3.2 Uji Reliabilitas .....	76
4.4 Analisis dan Pembahasan .....	77
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	77
4.4.2 Analisis Statistik Regresi Linear Berganda .....	81
4.4.3 Pengujian Hipotesis .....	84
4.4.3.1 Pembuktian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas	
Secara Simultan .....	84
4.4.3.2 Pembuktian Hipotesis Pengaruh Variabel Bebas	
Secara Parsial (t) .....	86
4.5 Pembahasan .....	91
4.5.1 Pengaruh Secara Simultan .....	91
4.5.2 Pengaruh Secara Parsial .....	91

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	98
5.2 Saran .....	99

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Volume Penjualan.....	3
Tabel 4.1 Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	64
Tabel 4.2 Distribusi Umur Responden .....	64
Tabel 4.3 Distribusi Status Responden .....	65
Tabel 4.4 Distribusi Pekerjaan Responden .....	65
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Produk (X1) .....	66
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden Variabel Harga (X2) .....	68
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Lokasi (X3) .....	68
Tabel 4.8 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promosi (X4) .....	71
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Konsumen (Y) .....	73
Tabel 4.10 Validitas Masing – masing Item Variabel Bebas .....	74

Tabel 4.11 Variabel Masing – masing Item

Variabel Keputusan Pembelian ..... 75

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas ..... 76

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda ..... 82

Tabel 4.14 Analisis Varian (ANOVA) ..... 84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penjualan .....	3
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen .....	32
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir .....	41
Gambar 3.1 Kurva Uji F .....	58
Gambar 3.2 Kurva t .....	60

## **ABSTRAKSI**

**ROHMAN WIDYA UTOMO, 1142010025, VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK FINGER PRINT di FINGERSPOT, DOSEN PEMBIMBING : Dra. SITI NING FARIDA, M.Si**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh yang ditimbulkan oleh variabel keputusan konsumen yang terdiri dari variabel produk, variabel harga, variabel lokasi, dan variabel promosi terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk finger print di Fingerspot Indonesia

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling maka terpilih 100 orang sample dan objek penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk finger print di Fingerspot Indonesia. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini metode deskriptif kuantitatif, analisis secara simultan dan parsial (analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS)

Berdasarkan hasil analisis dari regresi linier berganda maka dapat diketahui bahwa secara simultan variabel bebas yang diteliti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk, variabel harga, dan variabel lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, hanya variabel promosi yang tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Variabel produk memiliki pengaruh paling signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga yang paling kecil berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tidak seluruh variabel independen atau variabel bebas berpengaruh, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hanya variabel lokasi yang berpengaruh secara simultan terhadap keputusan membeli finger print di Fingerspot Indonesia

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Variabel Produk, Variabel Harga, Variabel Lokasi, Variabel Promosi

## **ABSTRACT**

**ROHMAN WIDYA UTOMO, 1142010025, VARIABLES AFFECTING BUYING DECISION OF CONSUMER FINGER PRINT PRODUCTS IN FINGERSPOT INDONESIA (Case Study Consumer Purchase Decisions at Fingerspot Indonesia-Surabaya), LECTURED : Dra. SITI NING FARIDA, M.Si**

*analysis method used in this study quantitative descriptive method, simultaneous This study aimed to analyze the effect of the decision variables posed by consumers of the product variable, the variable price, location variables and variable promotion of consumer decision in buying finger print products at Fingerspot Indonesia*

*This study using purposive sampling technique then selected sample of 100 people and the object of this study is that membeli consumer finger print products at Fingerspot Indonesia. The analysis and partial (multiple linear regression analysis using SPSS)*

*Based on the results of the analysis of multiple linear regression then it can be determined that free variables are simultaneously examined have a significant influence on the buying decision variables, while partially indicate that the variable products, variable pricing, and location variable has a significantly to the purchase decision variables, only the variable promotional that has no effect significant influence on the purchase decision variables. Variable product have the most significant influence on purchasing decisions. While most small pricing variables significantly influence the purchase decision. Not all independent variables or independent variables influence, so it can be concluded that the only variable that affects the location of simultaneously against the decision to buy the product at Fingerspot Indonesia.*

*Keywords: Purchasing Decision, Product Variables, Variable Rates, Variable Area, Variable Promotion*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulisan skripsi dengan judul **“Variabel - variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Finger Print di Fingerspot PT. Biometrik Citra Solusi Indonesia”** dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan pengarahan penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada:

1. Bapak Dr. Lukman Arif, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si, selaku Koordinator Progdil Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UPN “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Ilmu Administrasi Bisnis maupun staf karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan Ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Bapak Dewangga ferry Martha Sanjaya selaku kepala cabang Fingerspot Surabaya di Indonesia
5. Kedua orang tua dan seluruh teman-teman penulis yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan ini masih banyak terdapat kekurangan, oleh karena itu segala kerendahan hati, penulis berkenan menerima saran dan kritik demi sempurnanya penelitian ini. Akhir kata semoga penyusunan proposal ini bermanfaat bagi kita semua khususnya penulis sendiri.

Surabaya, Mei 2018

Penulis