

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS DAN KARAKTERISTIK
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu studi pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis)**

DRAF SKRIPSI

untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

DANI AZIZ

3402180525



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

ABSTRAK

Dani Aziz, NIM. 3402180525. “Pengaruh Faktor Psikologis dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (suatu studi pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis)”. Dibawah bimbingan Mochamad. Aziz Basari, S.Sos., M.M. (Pembimbing I) dan H. Iwan Setiawan, S.E., M.M. (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Faktor Psikologis dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (suatu studi pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1]. Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mirasa? 2]. Apakah karakteristik konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mirasa? 3]. Apakah faktor psikologis dan karakteristik konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Mirasa?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1]. Pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian produk Mirasa Cikoneng Ciamis.; 2]. Pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk Mirasa Cikoneng Ciamis; 3]. Pengaruh faktor psikologis dan karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian produk Mirasa Cikoneng Ciamis.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, dan wawancara. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 95 responden. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Korelasi Ganda, Analisis Regresi Linier Ganda, Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis menggunakan Uji Signifikansi (Uji t) dan Uji Signifikansi (Uji F).. Untuk memperoleh data penelitian yang dibutuhkan digunakan teknik studi pustaka dan studi lapangan.

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1]. Faktor psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh 57,76% 2]. Karakteristik konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan besarnya pengaruh 73,96% 3]. Faktor psikologis dan karakteristik konsumen secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada perusahaan kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis dengan besarnya pengaruh 76,39%.

Kata Kunci: Faktor Psikologis, Karakteristik Konsumen dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	8
1.2.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	11
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	11
2.1.1.1 Definisi Manajemen.....	11
2.1.1.2 Unsur-Unsur Manajemen.....	12
2.1.1.3 Arti Penting Manajemen bagi Organisasi	13
2.1.1.4 Manajemen dan Manajer.....	14
2.1.1.5 Fungsi-Fungsi Manajemen.....	15
2.1.1.6 Prinsip Manajemen	16
2.1.2 Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.1.2.2 Teori Ilmu Pemasaran	19
2.1.2.3 Konsep Manajemen Pemasaran	20
2.1.2.4 Strategi Manajemen Pemasaran.....	21
2.1.3 Faktor Psikologis Konsumen	23
2.1.3.1 Pengertian Psikologis Konsumen	23
2.1.3.2 Indikator Faktor Psikologis Konsumen	24
2.1.4 Karakteristik Konsumen	26
2.1.4.1 Perilaku Konsumen.....	26
2.1.4.2 Faktor-faktor Karakteristik Konsumen	26
2.1.4.3 Indikator Karakteristik konsumen.....	28
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	30
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian	30
2.1.5.2 Indikator Keputusan Pembelian Konsumen.....	32
2.1.5.3 Struktur Keputusan Pembelian Konsumen	33
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
2.2.1 Hubungan Faktor Psikologis dengan Keputusan Pembelian.....	37
2.2.2 Hubungan Karakteristik Konsumen dengan Keputusan Pembelian.....	37
2.2.3 Hubungan Faktor Psikologis, Karakteristik Konsumen dengan Keputusan Pembelian	38
2.3 Hipotesis Penelitian	40

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan	41
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	42
3.2.1 Definisi Variabel.....	42
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	43
3.3 Populasi dan Sampel	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	46
3.4.1 Sumber Data.....	46
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.6.1 Tempat Penelitian.....	55
3.6.2 Waktu Penelitian	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	57
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.2 Karakteristik Responden	58
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti.....	62
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	93
4.2 Pembahasan	
4.2.1 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis.....	117
4.2.2 Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis	119
4.2.3 Pengaruh Faktor Psikologis dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Perusahaan Kerupuk Mirasa Cikoneng Ciamis.....	121

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	125
5.2 Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA	127
-----------------------------	------------

DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Total Omzet Perusahaan Mirasa Tahun 2017-2021 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Pilihan Jawaban dan Skor Skala *Likert*. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Jadwal Pelaksanaan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7 Interpretasi Jawaban Responden **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Atas Pernyataan Adanya Dorongan Dari Diri Sendiri Membeli Produk Mirasa..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 9 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena memiliki berbagai macam varian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 10 Tanggapan responden atas pernyataan saya memilih produk Mirasa setelah membanding dengan produk lain **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 11 Tanggapan responden atas pernyataan saya memilih produk Mirasa karena kemasannya rapi..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 12 Tanggapan responden atas pernyataan pengalaman mengkonsumsi produk sejenis mempengaruhi saya memilih produk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 13 Tanggapan responden atas pernyataan cita rasa yang tetap sama mempengaruhi saya memilih produk mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 14 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena yakin aman dikonsumsi..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 15 Tanggapan responden atas pernyataan saya memilih produk Mirasa karena kualitasnya yang baik..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 16 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Faktor Psikologis pada konsumen perusahaan kerupuk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 17 Klasifikasi Penilaian Faktor Psikologis **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 18 Tanggapan responden atas pernyataan produk yang ditawarkan Mirasa sesuai dengan selera saya..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 19 Tanggapan responden atas pernyataan produk yang ditawarkan Mirasa sesuai dengan kebutuhan saya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 20 Tanggapan responden atas pernyataan status pekerjaan saya mempengaruhi saya membeli produk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 21 Tanggapan responden atas pernyataan mengkonsumsi produk Mirasa menambah semangat saya dalam bekerja..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 22 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena sesuai dengan pendapatan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 23 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena sesuai dengan kondisi keuangan..... **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4. 24 Tanggapan responden atas pernyataan membeli produk Mirasa karena sesuai dengan apa yang saya harapkan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 25 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena kemasan yang menarik..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 26 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena keinginan sendiri **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 27 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena merasa cocok dengan produknya **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 28 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Karakteristik Konsumen pada konsumen perusahaan kerupuk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 29 Klasifikasi Penilaian Karakteristik Konsumen **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 30 Tanggapan responden atas pernyataan saya melakukan evaluasi produk Mirasa dengan produk lain sebelum membeli produk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 31 Tanggapan responden atas pernyataan saya lebih memilih produk Miraasa dibandingkan produk lain..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 32 Tanggapan responden atas pernyataan saya memutuskan membeli produk Mirasa karena mempunyai citra yang baik **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 33 Tanggapan responden atas pernyataan saya tidak memilih produk lain dan memilih produk Mirasa karena suka ... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 34 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk mirasa karena sesuai dengan kebutuhan **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 35 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk mirasa karena sesuai dengan keinginan..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 36 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa setelah mendapatkan rekomendasi dari orang lain **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 37 Tanggapan responden atas pernyataan saya membeli produk Mirasa karena kesan baik orang lain setelah membelinya.... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 38 Rekapitulasi Jawaban Responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian pada konsumen perusahaan kerupuk Mirasa **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 39 Klasifikasi Penilaian Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 40 Nilai-nilai untuk Perhitungan Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 41 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 42 Nilai-nilai untuk Perhitungan Korelasi 100
- Tabel 4. 43 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 44 Nilai – nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Bimbingan	131
Lampiran 2 Surat Ijin Penelitian	132
Lampiran 3 SK Penelitian Perusahaan.....	133
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	134
Lampiran 5 Tabel Nilai r Product Moment.....	139
Lampiran 6 Critical Value Of The F – Distribution: $\alpha = 0,05$	140
Lampiran 7 t Distribution Critical Value Of t	141
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	144

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 2003. *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Alma, Buchari. 2008. *Kewirausahawan*. Bandung: Alfabeta. Assauri, Sofyan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Angger, Roni. 2020. *Pengantar Manajemen*. Malang: AE Publishing.
- Azizah, Emilda Nur. 2017. *Pengaruh Kredibilitas Endorsment dan Kreativitas Iklan Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Ombak Dua.
- Dewi, Lulu Ratna. 2019. *Pengaruh persepsi Kualitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- Dharmmesta, Basu Swastha dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama Cetakan Kelima. Yogyakarta: BPF.
- Effendi, Usman. 2020. *Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama Cetakan Pertama. Jakarta: Rajawali Pers.
- Febriyani, Fitriah. 2013. *Pengaruh Strategi Pemasaran dan Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (sikap dan Pemasaran)*. Sleman: Penerbit Deepublish.

- Firmansyah, Anang. 2019. *Manajemen*. Surabaya: Qiara Media
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Habibi, Khadafi. 2019. *Analisis Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Brownies Di Graha Bakery & CakeShop*.
Tersedia:
<http://repository.uinsu.ac.id/7881/1/SKRIPSI%20PDF%20%28KHADAFI%20HABI%29.pdf>. [12 Februari 2022]
- Hasibuan, Malayu S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi: Jakarta. Bumi Aksara.
- Hoesada, D. J. 2013. *Taksonomi Ilmu Hoesada*. C.V ANDI OFFSET.
- Kanuk, S. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi ke 7. PT. Macanan Jaya Cemerlang., Bandung*.
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Ke-12, Alih Bahasa Teguh Hendra, Jakarta : PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran M.M. Edisi Ketiga Belas. Jilid I. Jakarta Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Diterjemahkan Oleh Bob Sabran M.M Edisi Kedua Belas. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawati, Evie. 2020. *Pengaruh Locus Of Control Internal dan Locus Of Control Eksternal Terhadap Kepuasan Kerja*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan
- Muliana et al. 2020. *Pengantar Manajemen*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

- Nasution, Debby Veronica. 2017. *Pengaruh Point Of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Medan Politik Universitas Sumatera Utara. Diterbitkan.
- Nazir, Muhamad. 2015. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Dian A. 2017. *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis, Publik Dan Nirlaba*. Malang: UB Press.
- Noviana, Ayu. 2018. *Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- Pinem, Rosalina. 2018. *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kain Di Pajak Ikan Medan*. Tersedia: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/3731>. [12 Februari 2022]
- Pratama, Rheza. 2020. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Priangani, Ade. 2013. *Memperkuat Manajemen Pemasaran Dalam Konteks Persaingan Global*. Skripsi pada Program Studi Hubungan Internasional Unpas Bandung. Diterbitkan.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen*. Kencana. Jakarta.
- Siti, 2018. *Pengaruh Event Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen*. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak Diterbitkan.
- Sudjana. 2000. *Statistik untuk Ekonomi Niaga*. Bandung: Tarito.
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Swasta, Basu dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberti.