

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua ku atas dukungan, do'a dalam penyusunan skripsi ini dan

dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Hery Syarial, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, M.Si, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area
5. Ibu *Eka Dewi Setia Tarigan*, SE. M.si Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu *Isnaniah Laili KS.*, SE, MMA Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
9. Semua teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Aslamiah harahap, Sri hartini sihaloho, Eva deriskana sinaga, Meilani Tambunan, Afrida ningsih Manalu Dan kepada semua pihak orang dekat saya, yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan,

walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Medan, April 2016

(Yohana Anggreini Simanjuntak)

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
 BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teori	5
1. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	5
2. Tahap- Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	5
3. Keputusan Pembelian Konsumen	7
4. Indikator Keputusan Pembelian	8

5. Pengertian Perilaku Konsumen	8
6. Model Perilaku Konsumen.....	9
7. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
B. Peneliti Terdahulu	19
C. Kerangka Konseptual	20
D. Hipotesis.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	22
B. Populasi dan Sampel Penelitian	23
C. Definisi Operasional Variabel.....	24
D. Jenis dan Sumber Data	25
E. Teknik Pengumpulan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	31
1. Gambaran Umum Perusahaan	31
2. Visi dan Misi Universitas Medan Area	34
3. Struktur Organisasi	35
B. Pembahasan	36
1. Deskripsi Hasil Penelitian	36
2. Karakteristik Responden	36

3. Hasil Jawaban Responden	37
4. Uji Validitas Dan Reliabelitas	43
5. Pembahasan Analisis Faktor	46
a. Menentukan Variabel Yang Akan Dianalisa.....	46
b. Pengelompokan Faktor.....	48
c. Faktor Yang Mungkin Terbentuk.....	52
d. Faktor Loding.....	54
e. Faktor Yang Terbentuk	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN	66
B. SARAN.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian.....	23
Tabel 3.2	Definisi Oprasional	24
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden	36
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 4.3	Saya membeli Smartphone Samsung karena mengikuti pergaulanyang sedang tren saat ini.....	38
Tabel 4.4	Pendapat keluarga mempengaruhi saya dalam membeli Smartphone Samsung	38
Tabel 4.5	Saya membeli Smartphone Samsung untuk meningkatkan status sosial saya	39
Tabel 4.6	Smartphone Samsung Sangat Pas Di Segala Kalangan Usia Sehingga Saya Membeli Produk Samsung	39
Tabel 4.7	Menggunakan Smartphone Samsung karena tuntutan zaman yang semakin canggih.....	40
Tabel 4.8	Smartphone Samsung Cocok Dan Sesuai	

	Dengan Kepribadian Saya	41
Tabel 4.9	Kecanggihan produk smartphone samsung membuat saya termotivasi untuk membeli Smartphone Samsung	41
Tabel 4.10	Membeli Smartphone Samsung karena didorong oleh persepsi positif yang diberikan oleh konsumen lain.....	42
Tabel 4.11	Smartphone Samsung dapat digunakan sebagai media pembelajaran yang tepat.....	42
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Sosial (X_1)	43
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Variabel pribadi (X_2).....	44
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian (Y).....	44
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1 , X_2 dan Y.....	45
Tabel 4.16	KMO and Bartlett's Test.....	46
Tabel 4.17	Anti-image Matrices	47
Tabel 4.18	Communalities.....	49
Tabel 4.19	Total Variance Explained	52
Tabel 4.20	Total Variance Explained	53
Tabel 4.21	Component Matrix ^a	54
Tabel 4.22	Rotated Component Matrix ^a	59
Tabel 4.23	Component Transformation Matrix.....	62



Daftar Gambar

Gambar 2.1.Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1.Struktur Organisasi.....	35