

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN

PEMBELIAAN PRODUK MODEM MEREK PROLINK

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Kampus III)

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AGAH ANINDHITA

06.610.290

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2011

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MODEM MEREK PROLINK**

oleh :

Agah Anindhita
06610290

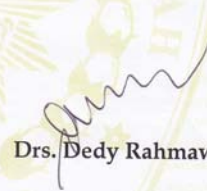
Diterima dan disetujui
pada tanggal 20 Agustus 2011

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Dra. Sri Nastiti A., M.M.



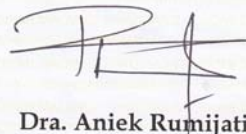
Drs. Dedy Rahmawanto, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Jurusan,



Dr. Nazaruddin Malik, M.Si.



Dra. Aniek Rumijati, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MODEM MEREK PROLINK

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Agah Anindhita**

NIM : **06610290**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 20 Agustus 2011 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Drs. Noor Aziz, M.M.**

Penguji II : **Drs. Wiyono, M.M.**

Penguji III : **Drs. Dedy Rahmawanto, M.M.**

Penguji IV : **Dra. Sri Nastiti A., M.M.**

1. 
2. 
3. 
4. 



Dekan Fakultas Ekonomi,


Dr. Nazaruddin Malik, M.Si.

Ketua Jurusan,

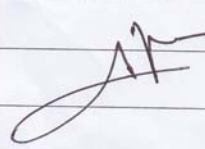
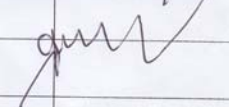
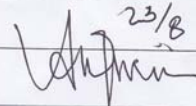
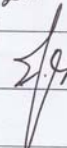

Dra. Aniek Rumijati, M.M.

JURUSAN MANAJEMEN

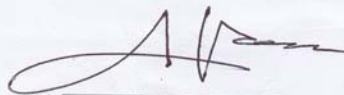
DAFTAR PERUBAHAN DRAFT

Nama Mahasiswa : *Agah Anindhika*
NIM : *06610290*

PERUBAHAN-PERUBAHAN

NO	PERUBAHAN-PERUBAHAN YANG HARUS DILAKUKAN	HALAMAN	KETERANGAN
1	<i>lkr. Oblig : Fenomena mencapai moda produk</i>		<i>24/8/11</i>
2	<i>penulisan sbcr? → Dft. pustaka</i>		
3	<i>Rep. Sampel</i>		
4	<i>Def. Operasional: lkr. taja. Klasifikasi jenis klm. utk apa</i>		
5	<i>Konsistensi tingkatan pustaka dan landasan pd BAB II</i>		<i>23/8/11</i>
6	<i>Operasional Variabel → Budaya → deoperasionalkan (tepejelas)</i>		
7	<i>Questioener dikelompokkan</i>		<i>23/8</i> 
8	<i>BAB IV Matrik respon dan keter dan pemampuan</i>		<i>24/2011</i> <i>8</i> 

Malang,
Dosen Penguji





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG FAKULTAS EKONOMI

MANAJEMEN - AKUNTANSI - EKONOMI PEMBANGUNAN - D3 MANAJEMEN KEUANGAN DAN PERBANKAN
(TERAKREDITASI)

Jl. Raya Tlogomas 246 Telp. 0341- 464318 Psw. 211-215 Fax. 0341-460435 Malang 65144

Website: <http://ekonomi.umm.ac.id> E-mail : fe@umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Panitia Ujian Tugas Akhir/Skripsi Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari / Tanggal : **Sabtu, 20 Agustus 2011**

Tempat : **FAKULTAS EKONOMI**

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir/Skripsi atas nama mahasiswa :

N a m a : **Agah Anindhita**

No. Induk : **06610290**

Program Studi : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **Analisis Prilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Modem Merek Prolink (Studi Kasus pada Mahasiswa Muhammadiyah Malang Kampus III)**

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No.	Nama Dosen Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Drs. Noor Azis, M.M.	70	
2.	Drs. Wiyono, M.M.	70	
3.	Drs. Dedy Rahmawanto, M.M.	91	
4.	Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.	71	

Nilai rata-rata : **70,5 (B)**

Dinyatakan : ~~Lulus / Tidak Lulus~~ *)

Kategori : ~~Layak / Tidak Layak~~ *)

Untuk dipublikasikan dan dimuat Web UMM

Malang, **20 Agustus 2011**

Ketua Tim Penguji,

Mengetahui

a.n. Dekan FE-UMM,

Pembantu Dekan I,

Dra. Sandra Irawati, M.M.

Drs. Noor Azis, M.M.

Ket: *) Coret yang tidak perlu

KARTU KENDALI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Agah Anindhita

NIM/IPK/Konsentrasi : 08510390 / / Manajemen Pemasaran

Tgl. SK Bimbingan : 01 Oktober 2010

Alamat/Tlp./HP : Jln. Tito Utomo Gg 9 / No. 29

..... 08563333212 / 08563444380



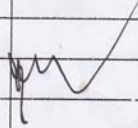
Judul Skripsi : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN

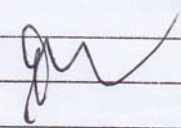
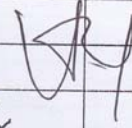
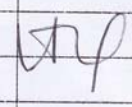
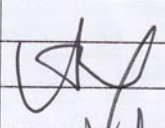
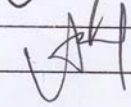
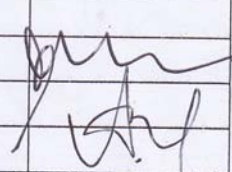
..... DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN

..... PRODUK MODEM MEREK

..... PROLINK

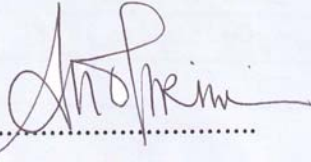
JURUSAN MANAJEMEN
FE - UMM

Tanggal	Revisi / Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
10/11	LB dilengkapi, penelitian terdahulu, metoden		
20/11	semiran dihilangkan → LB diperbaiki atau penguasaan, + teori, kerangka pikir, hipotesis ??, variabel, penelitian.		
	Dasar penetapan variabel adalah Tern perilaku maka faktor k		

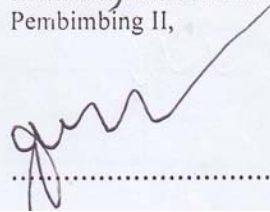
Tanggal	Revisi / Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II
	<p>Menyempurnakan jika mungkin lebih nyaman dan lebih relevan kata kata kalimat nya di di bagian sehingga bisa menjawab dan lebih banyak responden.</p>		
5/6	<ul style="list-style-type: none"> - GB diperjelas, rumusan tujuan → konsisten, - konsisten data dan parta- nyan dan indikator/ definisi operasional variabel - rumusan tujuan → alat analisis 		
3/6	<ul style="list-style-type: none"> - pembatasan data kerangka → variabel → sebarluas 		
9/6	<ul style="list-style-type: none"> - perhatian margin/spasi - kembalikan Bab I - IV 		
21/7	<ul style="list-style-type: none"> - perbaikan - buat bab V 		
9/8/11	<p>Accept final</p>		

Tanggal	Revisi / Perbaikan	Paraf	
		Pembimbing I	Pembimbing II

Pembimbing I,


.....

Malang, 17 Agustus
.....
Pembimbing II,


.....

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agah Anindhita
Nim : 06.610.290
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Tugas akhir dengan judul:

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MODEM MEREK PROLINK

adalah hasil karya saya, dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN DAN GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, Oktober 2011

Yang Menyatakan,


(Agah Anindhita)

METERAI TEMPEL
PAJAK PEMBAYARAN BANGGA
TGL. 20
60A25AAF876421697
ENAM RIBU RUPIAH
6000 DJP

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat serta hidayat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul “ **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Modem Merek Prolink (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Kampus III)** ” disusun untuk memenuhi serta melengkapi syarat memperoleh gelar Kesarjanaan di bidang Ekonomi, program studi Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dra. Aniek Rumijati, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dra. Sri Nastiti Andarini, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah sudi meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

4. Drs. Dedy Rahmawanto, MM, selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang penuh kesabaran telah memberikan bimbingan serta petunjuk hingga selesainya penulisan skripsi ini.
5. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan motivasi dan doa agar bisa lancar dalam mengerjakan Skripsi.
6. Istri beserta anak saya yang senantiasa memberikan dukungan moral sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Seluruh teman – teman Ekonomi, yang telah membantu memberi saran, masukan serta dukungan kepada penulis untuk mengerjakan Skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini baik materiil maupun spirituil.

Akhirnya segala amal baik yang telah mereka berikan kepada penulis semoga mendapat balasan dari Allah SWT. dan penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Malang, Agustus 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERUBAHAN DRAF.....	iv
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	v
KARTU KENDALI BIMBINGAN	vi
SURAT PERNYATAAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1. Tujuan Penelitian	9
2. Kegunaan Penelitian	9
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
B. Landasan Teori.....	12
1. Perilaku Konsumen.....	12
2. Model Perilaku Konsumen	14
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	15
4. Tipe-Tipe Perilaku Konsumen.....	20
5. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Membeli	22
6. Peranan Membeli	24
7. Teori Analisis Faktor	25
C. Kerangka Pikir	27
D. Hipotesis.....	28
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian.....	29
B. Jenis Penelitian.....	29
C. Populasi dan Sampel	29
D. Metode Pengumpulan Data dan Jenis Data.....	31

E. Teknik Pengukuran Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel.....	34
G. Pengujian Instrumen.....	38
H. Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Karakteristik Responden	44
1. Tingkat Usia Responden	44
2. Jenis Kelamin Responden	45
3. Jumlah Kiriman Per Bulan Responden	46
B. Hasil Uji Instrumen.....	47
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	49
C. Deskripsi Jawaban Responden.....	49
D. Hasil Analisis Faktor.....	56
1. Membuat Matrik-Korelasi.....	56
2. Menyaring/ Meringkas Menjadi Faktor-Faktor Inti.....	58
3. Melakukan Rotasi Faktor	59
4. Interpretasi dan Penamaan Faktor.....	61
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Gambar Pengguna Akses Internet.....	4
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.4 Kerangka Pikir	27

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Modem.....	6
Tabel 2.1 Persamaan dan perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Kiriman	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden.....	50
Tabel 4.6 Nilai MSA (<i>Measuring of Sampling Adequency</i>)	57
Tabel 4.7 Hasil Ekstraksi Faktor	58
Tabel 4.8 Nilai <i>Loading</i> Variabel Sebelum Dilakukan Rotasi Matrik Faktor ..	60
Tabel 4.9 Faktor Perilaku Konsumen Yang Tidak Dipertimbangkan Dalam keputusan Pembelian Produk Modem Merek Prolink (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang Kampus III).....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Daftar Kuesioner
2. Data Penelitian
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Reability
5. Faktor Analisis

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swasta. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta :BPFE.
- Basu Swasta, Irawan (2005). *Manajemen Pemasaran Modern*: Yogyakarta :Lyberty.
- Fandy Tjiptono, (2003). *Strategi Pemasaran*. Edisi Revisi: Yogyakarta:Andy.
- Fandy Tjiptono, (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama: Malang:Bayumedia.
- Husein Umar, (2002). *Riset Pemasaran dan perilaku Konsumen*. Jakarta :Jakarta Busines Rresearch Center.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Garry. (2002). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta:Prehallindo.
- Kotler dan Amstrong. 2003. *Dasar-dasar Pemasaran*; Edisi Kesembilan, Jilid 1, Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler dan Amstrong. 2001. *Manajemen Pemasaran*; Jilid 1, Penerbit PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta
- Lamb, Hair, McDaniel. (2000). *Pemasaran. Buku 1*. Jakarta: Salemba 4.
- Mudrajat Kuncoro. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta. Erlangga
- Rahayu, Maria. 2005. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Susu Berkalsium Merek Anlene*. UMM
- Sugiyono, (2000) *Statistika untuk Penelitian*. Bandung:CV ALFABETA.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: PT Pustaka LP3ES Indonesia.
- Singgih Santoso, 2003, Latihan SPSS **Statistik Non Parametrik**, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Widayat. 2004. *Metode Penelitian Pemasaran*, Penerbit UMM Press, Malang.
- Widayat, Amirulah. 2002 *Riset Bisnis*; Penerbit CV Cahaya Press, Malang.

<http://blog.kios99.com/?tag=prolink>. Di akses pada tanggal 15 November 2010.

www.prolink.com/2010/10. Di akses pada tanggal 15 November pukul 20.30 WIB.

www.worldstats.com. Di akses pada tanggal 15 November 2010 pukul 21.07 WIB.