

**PENGARUH PERILAKU PEMBELIAN MAHASISWA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KOMPUTER NOTEBOOK  
STUDI KASUS : MAHASISWA BINUS INTERNATIONAL**

Lisa Aulia – 0600627980  
Lydia Angelia – 0600658512

**Abstrak**

Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh perilaku pembelian dari konsumen tersebut. Adapun perilaku pembelian konsumen dapat diukur dari empat faktor yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Oleh karena itu, penelitian ini melakukan analisis dari ke empat faktor tersebut, agar dapat diketahui apakah semua faktor tersebut berpengaruh, bagaimana hubungan dan seberapa besar pengaruhnya, serta faktor apa yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus yang dilakukan pada Mahasiswa BINUS International dengan menggunakan metode penelitian bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, wawancara dan pengamatan langsung terhadap mahasiswa. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi regresi berganda multikolinieritas, serta regresi berganda dengan bantuan Software SPSS 11.5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua faktor dari perilaku pembelian mahasiswa (budaya, sosial, pribadi, dan psikologis) mempunyai pengaruh yang kuat dan hubungan substantial/tinggi yang positif terhadap keputusan pembelian komputer notebook. Dari ke empat tersebut, faktor pribadi merupakan faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci**

Perilaku pembelian konsumen, keputusan pembelian

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas diberikannya kesehatan dan kelancaran dalam proses bimbingan dan penulisan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktunya. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kurikulum Program Strata – 1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini kami banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu kami menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Poffa, M.App.Sc, Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Parulian Sihotang, Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Antonius Herusetya, SE., MM., Ak, Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
4. Ibu Tjia Fie Tjoe, S.Kom., MM, Sekretaris Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
5. Ibu Enggal Sriwardiningsih, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing kami. Tanpa bantuan dan dorongan dari beliau, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai.
6. Ibu Tri Juniarti, Bapak Baharuddin, Bapak Handoko, dan semua pimpinan serta staff BInus International yang telah bersedia untuk memberikan kesempatan kepada kami untuk melakukan observasi.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang tercinta, yang selalu memberi kasih sayang dan materi serta doa dan semangat sehingga memotivasi kami untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Bapak Dony Barata, Bapak Harjanto Prabowo, Bapak Robertus Tang Herman, Bapak Abdul Hamang, Ibu Masruroh, dan Bapak Onny Juwono, yang telah meluangkan waktu untuk kami dan telah memberikan keterangan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

9. Kepada teman-teman baik kami : Jacky, Suwandi, Anton Wijaya, Denny, Yenny, Suryani Surja, semua teman-teman asisten lab. Manajemen yang tidak dapat kami sebutkan satu-persatu, dan semua saudara-saudari seiman yang telah mendukung di dalam doa.
10. Seluruh staff perpustakaan Universitas Bina Nusantara yang telah banyak membantu dalam peminjaman buku-buku untuk penulisan skripsi ini.
11. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Kami menyadari bahwa skripsi kami ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, kami mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi kami ini.

Akhir kata, kami berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, serta bagi ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Jakarta, 5 Januari 2006

Penyusun,



[Lisa Aulia]



[Lydia Angella]

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.4 Sistematika Penulisan	5
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Perilaku Konsumen	6
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen	6
2.1.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	7
2.2 Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	15
2.2.2 Peran Pembelian	15
2.2.3 Perilaku Pembelian	16
2.2.4 Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian	18
2.3 Komputer Notebook	21
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	25
2.5 Metode Penelitian	26
2.5.1 Jenis dan Metode Penelitian	26
2.5.2 Teknik Pengumpulan Data	26
2.5.3 Defenisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	27
2.5.4 Teknik Analisis Data	30
2.5.4.1 Teknik Pembentukan Skala	30
2.5.4.2 Uji Validitas	32
2.5.4.3 Uji Reliabilitas	34
2.5.4.4 Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas	36
2.5.4.5 Metode Regresi Berganda	37
2.5.5 Kelemahan Teknik Analisis Data	40

<b>BAB 3</b>	<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	
3.1	Perkembangan Perusahaan	42
3.1.1	Kilas Sejarah	42
3.1.2	Visi, Misi, dan Budaya Mutu	43
3.1.3	BiNusian yang Berkualitas	44
3.1.4	Nilai Tambah UBINus	44
3.1.5	Unit Antar Muka Masyarakat	45
3.1.6	Fakultas dan Jurusan	47
3.1.7	Demografi Mahasiswa BiNus International	51
3.2	Kondisi Bisnis Perusahaan	53
3.3	Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan	56
3.3.1	Struktur Organisasi	56
3.3.2	Uraian Pekerjaan	58
<b>BAB 4</b>	<b>ANALISIS dan HASIL PENELITIAN</b>	
4.1	Populasi	77
4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
4.3	Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas	79
4.4	Profil Responden	81
4.4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
4.4.2	Profil Responden Berdasarkan Angkatan	82
4.4.3	Profil Responden Berdasarkan Jurusan	83
4.4.4	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	84
4.5	Kriteria Calon Responden	85
4.6	Hasil Analisis Penelitian dengan Menggunakan Software SPSS 11.5	86
4.6.1	Analisis Korelasi	86
4.6.2	Analisis Koefisien Determinasi Regresi Berganda	87
4.6.3	Analisis Anova dan Koefisien Regresi Berganda	88
4.6.4	Uji T	90
4.7	Hasil Penelitian	94
<b>BAB 5</b>	<b>SIMPULAN dan SARAN</b>	
5.1	Simpulan	96
5.2	Saran	96
5.3	Keterbatasan Skripsi	98
	DAFTAR PUSTAKA	99
	RIWAYAT HIDUP	100
	LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Variabel Bebas (X) Perilaku Pembelian Mahasiswa	28
Tabel 2.2	Variabel Terikat (Y) Keputusan Pembelian Komputer Notebook	30
Tabel 3.1	Fakultas dan Jurusan/Program Studi di UBINus	48
Tabel 3.2	Table of Streaming – BINus International	49
Tabel 4.1	Penentuan Populasi	77
Tabel 4.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	78
Tabel 4.3	Coefficients dan Coefficient Correlations	80
Tabel 4.4	Correlations	86
Tabel 4.5	Variables Entered dan Model Summary	87
Tabel 4.6	Anova dan Coefficients	88
Tabel 4.7	Uji T Variabel X-Y	90

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman	
Gambar 2.1	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen	14
Gambar 2.2	Proses Pembelian Model Lima Tahap	18
Gambar 2.3	Tahap-tahap Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	20
Gambar 2.4	Paradigma Penelitian	25
Gambar 3.1	Analisa Porter Terhadap BiNus International	53
Gambar 3.2	Struktur Organisasi UBiNus	56
Gambar 3.3	Struktur Organisasi BiNus International	57
Gambar 4.1	Diagram Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Gambar 4.2	Diagram Profil Responden Berdasarkan Jurusan	82
Gambar 4.3	Diagram Profil Responden Berdasarkan Angkatan	83
Gambar 4.4	Diagram Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	84
Gambar 4.5	Diagram Kriteria Calon Responden	85
Gambar 4.6	Diagram Uji Koefisien Regresi	92

## DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
L1	Questionnaire	1
L1	Data Hasil Kuesioner – Profil Responden	6
L1	Data Hasil Kuesioner – X & Y	7
L1	Data Hasil Kuesioner – Pertanyaan Lain-lain	23
L2	Uji Validitas dan Reabilitas	1
L3	Uji Asumsi Regresi Berganda Multikolinieritas	1
L4	Regresi X-Y	1
L5	Tabel r 0.05	1
L5	Tabel t 0.05	2
L5	Tabel f 0.05	3