

consumer behavior

BIBLIOTEK - PERPUSTAKAAN	
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA	
28 MAY 2007	
Kategori	3304/EM/Hd.5/2007
Call Number	R/658.8342 Did 06



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Program Studi Manajemen

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU PEMBELIAN *COMPULSIVE* REMAJA**

(Studi pada remaja di kota Delanggu)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Didik Setyawan

NPM : 98 03 11162

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

FEBRUARI 2006

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU PEMBELIAN *COMPULSIVE* REMAJA**

(Studi pada remaja di kota Delanggu)

Disusun Oleh :

Didik Setyawan

NPM : 98 03 11162

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



W. Mahestu Noviantra K. SE., MScib.

Tanggal 10 Februari 2006

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU PEMBELIAN *COMPULSIVE* REMAJA
(Studi pada remaja di kota Delanggu)

Disusun Oleh :

Didik Setyawan

NPM : 98 03 11162

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 11 Maret 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


Dr. EF. Slamet S. Sarwono., MBA.

Anggota Panitia Penguji


Drs. P. Didit Kresnadewara., MM.


Drs. Ign. Sukirno., MS.

Yogyakarta, 11 Maret 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


DWR. Maryatmo., MA.

FAKULTAS
EKONOMI

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

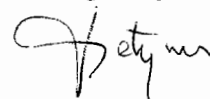
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN
COMPULSIVE REMAJA**

(Studi pada remaja di kota Delanggu)

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Februari 2006

Yang menyatakan



Didik Setyawan

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat kasih yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul: **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian *Compulsive* Remaja (studi pada remaja di kota delanggu)”**.

Adapun penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan serta motivasi dari berbagai pihak yang tidak dapat ternilai harganya. Oleh karena itu secara tulus dan dengan rendah hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada:

1. Ibu W. Mahestu Noviantra K. SE., MScib. Selaku Dosen Pembimbing I, atas segala petunjuk dan bimbingannya.
2. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta yang telah banyak memberikan bekal dan pengetahuan dan bantuan selama penulis duduk di bangku kuliah.
3. Keluargaku, Bapak, Ibu, Kakaku Wuri, Pipit, Jayanti, Wulan dan Topan yang telah memberikan doa, kasih sayang, bantuan, serta dorongan baik secara moril maupun material.
4. Teman-temanku Joko Triyanto, Rony, Teko Bimo Baskoro Sakti atas segala dorongan dan bantuannya.

5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan penulis. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan.

Yogyakarta, Februari 2006

Penulis

Didik Setyawan

MOTTO dan PERSEMBAHAN

- ❖ Hanya pada Allah saja kiranya aku tenang, sebab daripada-Nya harapanku.
(Mazmur 62 : 6)
- ❖ Serahkanlah perbuatanmu kepada Tuhan, maka terlaksanalah segala rencanamu.
(Amsal 16 : 3)
- ❖ Perisai bagiku adalah Allah, yang menyelamatkan orang-orang yang tulus hati.
(Mazmur 7 : 11)

Kupersembahkan Karya Ini Untuk:

- *Tuhan Yesus*
- *Bunda Maria*
- *Bapak Ibu tercinta.*
- *Anak dan Istriku tercinta*
- *Kakak dan Adikku tercinta.*

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Batasan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
1.6. Hipotesis	9
1.7. Metode Penelitian	9
1.7.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	9
1.7.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	9
1.7.3. Metode Pengumpulan Data	10
1.7.4. Metode Pengukuran Data	11
1.7.5. Pengujian Instrumen	12
1.8. Analisis Data	13
1.8.1. Analisis Persentase	13
1.8.2. Analisis Regresi	14
1.9. Sistematika Penulisan	18

BAB II Landasan Teori	20
2.1. Perilaku Konsumen	20
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	20
2.1.2. Kerangka Analisa Perilaku Konsumen	21
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	24
2.2. Proses Pembelian Konsumen	31
2.2.1. Model Proses Pembelian	31
2.2.2. Tahap-Tahap Dalam Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli	32
2.2.3. Jenis Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	35
2.2.4. Pembelian Impulsif	38
2.2.5. Jenis Pembelian Impulsif	38
2.2.6. Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif	39
 BAB III Analisis Data	 41
3.1. Penjelasan Penelitian	41
3.2. Pengujian Instrumen	42
3.3. Analisis Data	45
3.3.1. Karakteristik Demografi Responden	45
3.3.2. Analisis Regresi Linier Berganda	47
 BAB IV Kesimpulan Dan Saran	 52
4.1. Kesimpulan	52
4.2. Saran	54
 Daftar Pustaka	 56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Tahap-tahap dalam proses pembelian	22
Gambar 2.2. Tipe Proses pengambilan keputusan pembelian	37



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1. Uji Validitas	43
Tabel 3.2. Uji Reliabilitas	44
Tabel 3.3. Presentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 3.4. Presentase Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 3.5. Presentase Responden Berdasarkan Uang Saku Dalam Satu Bulan ..	47
Tabel 3.6. Pengaruh Iklan, Kelompok Bergaul (<i>Peer</i>), Keluarga, Dan Sikap Personal Terhadap Pembelian <i>Compulsive</i>	48

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Kuisisioner
- Lampiran II Validitas & Reliabilitas
- Lampiran III Analisis Persentase
- Lampiran IV Regresi
- Lampiran V Data Jawaban Responden
- Lampiran VI Tabel R, F Dan T



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
PEMBELIAN *COMPULSIVE* REMAJA
(Studi pada remaja di kota Delanggu)**

Disusun Oleh :
Didik Setyawan
NPM : 98 03 11162

Pembimbing

W. Mahestu Noviandra K. SE., MScib.

Intisari

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses pengambilan keputusan menurut Dharmesta dan Handoko (2000) merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas lima tahap yaitu analisa kebutuhan, pencarian informasi, seleksi alternatif, keputusan pembelian, dan yang terakhir adalah evaluasi setelah pembelian. Namun kadangkala proses keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak melalui tahapan-tahapan di atas. Ada jenis keputusan pembelian yang tidak direncanakan atau dengan kata lain konsumen melakukan pembelian suatu produk atau jasa secara tiba-tiba. Perilaku pembelian tersebut dinamakan *Compulsive Buying*.

Dalam penelitian penulis ingin mengetahui pengaruh dari faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian *compulsive* yang sering dilakukan oleh remaja. Faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian *compulsive* menurut D'Astous, Alain, Maltais, Julie, dan Roberge Caroline (1990) terdiri dari iklan, kelompok bergaul (*peer*), keluarga dan sikap personal.

Hasil temuan dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa, iklan, kelompok bergaul (*peer*), keluarga dan sikap personal secara simultan memberikan pengaruh sebesar 75,2% terhadap perilaku pembelian *compulsive* remaja di kota Delanggu, Jawa Tengah. Hasil analisis regresi secara parsial menunjukkan bahwa kelompok bergaul (*peer*) merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap perilaku pembelian *compulsive* remaja.

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan terutama bagi pihak produsen atau pemasar dalam merancang suatu strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan.

Kata kunci : iklan, kelompok bergaul (*peer*), keluarga, sikap personal *compulsive buying*.