

**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian:  
Studi pada Specta Event Organizer**

**SKRIPSI**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana  
Manajemen (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan  
Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Hernando Wijaya Setiadi**

**NPM: 190325029**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**

**2023**

**Skripsi**

**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian:  
Studi pada Specta Event Organizer**



**Disusun Oleh:**  
**Hernando Wijaya Sefiadi**  
**NPM: 190325029**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Nadia Nila Sari", is positioned above the printed name of the supervisor.

**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**Skripsi**  
**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP**  
**KEPUTUSAN PEMBELIAN: STUDI PADA SPECTA EVENT ORGANIZER**

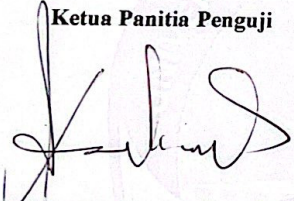
Yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Hernando Wijaya Setiadi**  
NPM: 190325029


Telah dipertahankan di depan panitia penguji  
pada tanggal 20 Desember 2023  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Derajat Sarjana Manajemen (S1)  
Program Studi Manajemen

**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**

  
**Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.**

**Anggota Panitia Penguji**

  
**Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.**

  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

**Yogyakarta, 20 Desember 2023**  
**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika**  
**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

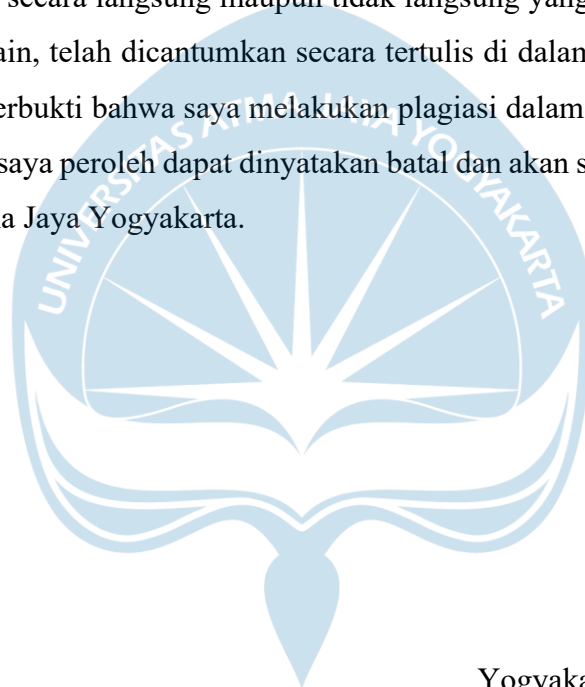

**W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D**

## PERNYATAAN

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

**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian:  
Studi pada Specta Event Organizer**

Benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Segala bentuk pernyataan, ide, maupun kutipan secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain, telah dicantumkan secara tertulis di dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi dalam skripsi ini, maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.



Yogyakarta, 14 November 2023

Yang Menyatakan

**Hernando Wijaya Setiadi**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Specta Event Organizer”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna mencapai gelar sarjana (S1) Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses pengerjaan, penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Maka dari itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa memberkati, menyertai dan mendengar semua doa dan harapan peneliti untuk segala proses penulisan skripsi ini.
2. Orang Tua, kakak dan seluruh keluarga besar Yogyakarta yang selalu memberikan dukungan, doa dan bantuan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan studi di Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing, mendampingi, memberi masukan dan membantu dalam proses penyusunan penelitian ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.
4. Seluruh dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan ilmu, contoh dan kesan terbaik pada penulis ketika berada dalam masa studi.
5. Evelyn Febriza Chandra yang senantiasa membantu, mendampingi, mendoakan, menghibur, mendengarkan keluh kesah dan memberi dukungan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman dari “Teguh” yaitu Leo, Teo, Surya, Andre, Wahyu, Dwiki dan Ido yang selalu membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti.

7. Teman-teman dari “Pentol Racing Team” yaitu Raihan, Pulung, Gaga, Nico, Satria, Jiva, Bagas dan lainnya yang selalu memberikan bantuan, semangat dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman “Sepersepuluh” yaitu Mas Adit, Mbak Geby dan Om Tiyok yang senantiasa memberikan masukan dan dukungan pada penulis.
9. Pak Jerry yang senantiasa dengan sabar memberikan banyak pelajaran dan bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
10. Keluarga Specta Event Organizer yang telah memberikan banyak pelajaran dan bantuan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
11. Teman-teman bimbingan skripsi Ibu Nadia yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh teman penulis dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan, memberi semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.
13. Terakhir ucapan terima kasih penulis kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penulis



**Hernando Wijaya Setiadi**

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>ABSTRAK</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Faktor Budaya.....	11
2.1.2 Faktor Sosial.....	12
2.1.3 Faktor Pribadi.....	13
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	23
2.3.1 Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian pelanggan.....	23
2.3.2 Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian pelanggan.....	24
2.3.3 Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian pelanggan.....	24
2.4 Kerangka Penelitian.....	26
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek, Subjek dan Tempat Penelitian.....	27

3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Metode <i>Sampling</i> .....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5 Definisi Operasional.....	30
3.6 Metode Pengukuran Data.....	33
3.7 Metode Analisis Data.....	33
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	33
3.7.2 Pengujian Instrumen.....	34
3.7.2.1 Uji Validitas.....	34
3.7.2.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	38
3.7.3.1 Uji Hipotesis.....	39
3.7.4 Alat Analisis.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>41</b>
4.1 Pendahuluan.....	41
4.2 Analisis Profil Responden.....	41
4.2.1 Profil responden berdasarkan keterkaitannya dengan Specta Event Organizer.....	42
4.2.2 Profil responden berdasarkan demografi.....	43
4.2.3 Profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	44
4.2.4 Profil responden berdasarkan usia.....	45
4.2.5 Profil responden berdasarkan pendapatan atau penghasilan.....	46
4.2.6 Profil responden berdasarkan daerah tempat tinggal.....	47
4.3 Analisis Deskriptif.....	48
4.3.1 Analisis deskriptif faktor budaya.....	48
4.3.2 Analisis deskriptif faktor sosial.....	49
4.3.3 Analisis deskriptif faktor pribadi.....	51
4.3.4 Analisis deskriptif keputusan pembelian.....	52
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.5 Pembahasan.....	57
4.5.1 Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian.....	57
4.5.2 Pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian.....	58
4.5.3 Pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian.....	59



<b>BAB V PENUTUP DAN KESIMPULAN</b> .....	60
5.1 Kesimpulan .....	60
5.2 Implikasi Manajerial .....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	63
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	64
<b>LAMPIRAN</b> .....	67



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Tren Permintaan <i>Event Organizer</i> di Indonesia.....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1. 2 Konsumen Specta <i>Event Organizer</i> Wedding.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1. 3 Data Konsumen Specta <i>Event Organizer</i> 2022.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>26</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Daftar <i>Event Organizer</i> di Yogyakarta .....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>17</b>
<b>Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>30</b>
<b>Tabel 3. 2 Skala <i>Likert</i> .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabel 3. 3 Perhitungan Interval Kelas .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas (Ada penghapusan item yang tidak valid).....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....</b>	<b>38</b>
<b>Tabel 4. 1 Jumlah responden yang mengetahui <i>Specta Event Organizer</i> .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 4. 2 Jumlah responden yang pernah menggunakan jasa dari <i>Specta Event Organizer</i>.....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 4. 3 Profil responden berdasarkan jenis kelamin .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 4 Profil responden berdasarkan etnis atau suku .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. 5 Profil responden berdasarkan usia .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 4. 6 Profil responden berdasarkan pendapatan / penghasilan .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 4. 7 Profil responden berdasarkan daerah tempat tinggal .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4. 8 Analisis deskriptif variabel faktor budaya .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel 4. 9 Analisis deskriptif variabel faktor sosial.....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4. 10 Analisis deskriptif variabel faktor pribadi .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 4. 11 Analisis deskriptif variabel keputusan pembelian .....</b>	<b>52</b>
<b>Tabel 4. 12 Hasil uji regresi linear berganda.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1 KUESIONER.....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN 2 KUESIONER DARING .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN 3 KUESIONER JURNAL UTAMA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN 4 DATA RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN 5 HASIL OLAH DATA SPSS .....</b>	<b>94</b>
<b>LAMPIRAN 6 JURNAL UTAMA .....</b>	<b>101</b>



**Pengaruh Faktor Budaya, Sosial dan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian:  
Studi pada Specta Event Organizer**

**Hernando Wijaya Setiadi**

**Nadia Nila Sari, S.E., MBA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

**Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Specta Event Organizer. Total keseluruhan responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebanyak 125 responden dan dengan keseluruhannya berhasil memenuhi kriteria pertanyaan filter. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *metode purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebar dengan menggunakan *platform* Google Form melalui sosial media. Analisis data dilakukan menggunakan IBM *Statistical Package for the Social Sciences* 25. Hasil yang diperoleh pada Specta Event Organizer untuk variabel faktor budaya terdapat pengaruh signifikan terhadap pelanggan dalam menggunakan Specta Event Organizer. Namun pada faktor sosial tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap pelanggan dalam menggunakan Specta Event Organizer. Terdapat pengaruh signifikan pada variabel faktor pribadi terhadap keputusan pembelian pelanggan dalam menggunakan Specta Event Organizer.

Kata Kunci: Specta Event Organizer, *Event*, *Organizer* Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Keputusan Pembelian