

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, SOSIAL DAN PRIBADI  
TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI SMARTPHONE VIVO  
PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS FLORES**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



**OLEH**

**MARIA NOVITA SAI SEMA  
NIM. 2017 410 268**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS FLORES  
ENDE  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**Nama : MARIA NOVITA SAI SEMA**  
**Nim : 2017 410 268**  
**Judul : PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, SOSIAL DAN PRIBADI  
TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI  
SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA PRODI  
MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS  
FLORES**

**Ende, 18 Desember 2021**

**Telah Diujikan Di Depan Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi**

**Pembimbing I**



**Lambertus Langga, SE., M.Sc**  
**NIDN. 08 2507 7101**

**Pembimbing II**



**Santy Permata Sari, S.AB., MM**  
**NIDN. 08 2906 9001**

**Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Flores**



**Lambertus Langga, SE., M.Sc**  
**NIDN. 08 2507 7101**

## LEMBAR PENGESAHAN

Telah diujikan dan disahkan Oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores Untuk Dipertahankan Guna Memperoleh Sarjana Manajemen Pada:

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Desember 2021

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi


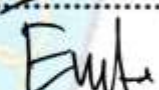


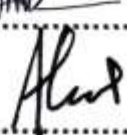
Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen



Iriany Dewi Soleiman, SE., M.Sc  
NIDN.08 2603 7001

Lambertus Langga, SE., M.Sc  
NIDN.08 2507 7101

### Tim Penguji:

- 01 Gabriel Tanusi, SE., M.Si  
NIDN. 08 2706 7101
  - 02 Maria Endang Jamu, SE., MM  
NIDN. 08 1410 9101
  - 03 Yulius Laga, SE., M.Ec.Dev  
NIDN. 08 0507 8703
  - 04 Santy Permata Sari, S.AB., MM  
NIDN. 08 2906 9001
  - 05 Lambertus Langga, SE., M.Sc  
NIDN. 08 2507 7101
1. 
  2. 
  3. 
  4. 
  5. 



**UNIVERSITAS FLORES**  
**FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul:

**“PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK MEMBELI SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS FLORES”**

Dan dimajukan untuk diuji pada tanggal, 18 Desember 2021 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan bahwa gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bilah kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Ende, 18 Desember 2021

Yang Memberi Pernyataan



**Maria Novita Sai Sema**  
**NIM. 2017 410 268**

## **MOTTO**

**“pendidikan adalah Tiket ke masa depan, hari esok dimiliki oleh orang-orang yang mempersiapkan dirinya sejak hari ini”**

**“ Novhy “**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa maka dengan rendah hati peneliti persembahkan skripsi ini untuk:

- 1 Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai peneliti selama hidup ini.
- 2 Kedua orang tua tercinta Bapak Andreas Sai dan alm Mama Bergita Nela yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik serta bersusah payah dalam membiayai saya selama berada dibangku pendidikan dan yang selalu setia menanti keberhasilanku.
- 3 Keluargaku tercinta Kakak Rida sai, kakak Bone sai, kakak Nensi sai kakanas Anas dan juga kakak lut sai dan adik johan sai yang selalu memberikan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 4 Sahabat-sahabat dekatku Sebastian, ivan, lian, monik, yeyen, ida, milda, verni
- 5 Dosen pembimbing I dan pembimbing II yang selama ini telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti dengan penuh kesabaran dan perhatian.
- 6 Rekan-rekan seperjuangan Program Studi Manajemen angkatan 2017 yang senantiasa mendukung.
- 7 Almamaterku Tercinta Universitas Flores.
- 8 Agama, Nusa dan Bangsa.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Faktors psikologis, sosial dan pribadi terhadap keputusan untuk membeli smartphone vivo pada mahasiswa prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unifersitas Flores ” Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores.

Pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini:

1. Rektor dan Wakil Rektor Universitas Flores yang dengan bijaksana memimpin Lembaga Pendidikan Tinggi Universitas Flores.
2. Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi yang dengan bijaksana memimpin dan mengatur menyelenggarakan proses pembelajaran/perkuliahan ditingkat Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc Selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Ibu Maria Endang Jamu SE., MM Sebagai sekertaris program studi Manajemen
5. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc sebagai wali
6. Bapak Lambertus Langga, SE., M.Sc sebagai Pembimbing I, dan ibu santi permata sari, S.AB., MM sebagai Pembimbing II, yang dengan bijaksana dan

penuh kearifan telah memberikan bimbingan dan pemikiran dalam penulisan skripsi ini.

7. Para dosen yang turut memberikan pengabdian dan perhatiannya selama peneliti menempuh proses perkuliahan.
8. Kedua orang tua tercinta, keluarga dan semua saudara–saudara yang selalu memberikan dukungan, doa restu, perhatian dan dorongan moril maupun materi kepada peneliti
9. Rekan – rekan mahasiswa Program Studi Manajemen yang telah turut memberikan perhatian dan motivasi kepada peneliti sejak penelitian sampai dengan penulisan skripsi ini.
10. Para pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, yang dengan caranya sendiri telah memberikan pandangan dan kontribusinya kepada peneliti sejak penelitian sampai dengan penulisan skripsi ini.

Peneliti sungguh menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga perlu mendapat atensi dan pembenahan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran konstruktif serta masukan yang bersifat membangun demi perbaikan skripsi ini.

Ende, Desember 2021

Penelit



## ABSTRAK

**Maria Novita Sai Sema 2017410268. Pengaruh Faktor Psikologis, Sosiasl, Dan Pribadi Terhadap Keputusan Untuk Membeli Smartphone Vivo Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Pembimbing I Lambertus Langga, SE., M.Sc Pembimbing II Santy Permata Sari, S.AB., MM Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores 2021.**

---

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif yang berlokasi pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores. Sampel yang digunakan adalah accidental sampling dimana sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. sampel tersebut berjumlah 86 orang. Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan data primer yaitu kuesioner/angket. untuk variabel Y dari penelitian ini adalah keputusan membeli dan pada variabel X yaitu faktor psikologis (X1) sosial (X2), pribadi (X3) data analisis menggunakan analisis regresi linier berganda yang pengolahannya melalui *IBM SPSS Statistic ver 25*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan membeli yang ditunjukkan dengan perolehan hasil uji t yaitu nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3, 024 dengan signifikansi 0, 003 pada taraf signifikansi 5% dimana  $0.003 < 0, 05$  (2) Faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan membeli smartphone vivo yang ditunjukkan dengan perolehan hasil uji t yaitu nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2, 476 dengan signifikansi 0, 015 pada taraf signifikansi 5 % dimana  $0, 015 < 0, 05$ . (3) Faktor Pribadi berpengaruh terhadap keputan membeli yang ditunjukkan dengan perolehan hasil uji T yaitu nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3, 415 dengan signifikansi 0, 001 pada taraf signifikansi 5% dimana  $0, 001 < 0, 05$ . adalah 18%. Sedangkan sisanya dari 82% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

***Kata kunci : Faktor psikologis, sosial, pribadi, keputusan untuk membeli***

## ABSTRAK

**Maria Novita Sai Sema 2017410268. The Influence of Psychological, Social, and Personal Faktors on the Decision to Purchase a Vivo Smartphone on Management Study Program Students, Faculty of Economics, University of Flores. Supervisor I Lambertus Langga, SE., M.Sc Supervisor II Santy Permata Sari, S.AB., MM Management Study Program, Faculty of Economics, University of Flores 2021.**

---

In this research, the author uses quantitative research which is located in the Management Study Program, Faculty of Economics, University of Flores. The sample used is accidental sampling where a part of the population is taken as a data source and can represent the entire population. The sample amounted to 86 people. In collecting data the researchers used primary data, namely questionnaires/questionnaires. For the Y variable from this research is the buying decision and on the X variable, namely psychological faktors (X1), social (X2), personal (X3) the data were analyzed using the IBM SP2 stable linear regression analysis.

The results of this research show that: (1) psychological faktors have an influence on buying decisions as indicated by the acquisition of the t test results, namely the t-value of 3.024 with a significance effect of 0.003 on 5% significance Vivo smartphone which is indicated by the acquisition of the T test results, namely the tcount value of 2, 476 with a significance level of 0.015 at the 5% significance level, where  $0.015 < 0.05$ . (3) Personal faktors have an effect on purchasing decisions as indicated by the acquisition of the T test results, namely the calculated t-value of 3, 415 with a significance of 0.001 at the level of significance of  $0.001 < 0.05$  of 5% in. While the rest of 82% is influenced by other variables not described in this study.

***Keywords: Psychological, social, personal faktors, the decision to buy***

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB III PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumus Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Hasil Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>7</b>
2.1 Landasan Teori .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7
2.1.2 Pengertian Manajmen pemasaran .....	7

2.1.3 Fungsi Pemasaran .....	8
2.2 Produk & kualitas produk.....	9
2.2.1 Smartphone .....	10
2.3 Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
2.3.1 Keputusan Pembelian Konsumen .....	12
2.3.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	12
2.4 Pengertian Perilaku Konsumen .....	14
2.4.1 Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	15
2.5 Penelitian Terdahulu .....	24
2.6 Kerangka Berpikir.....	25
2.7 Hipotesis Dan Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	26
3.3 Populasi.....	26
3.4 Sampel.....	27
3.5 Jenis Dan Sumber data.....	28
3.5.1 Jenis Data.....	28
3.5.2 Sumber Data .....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6.1 Teknik Kuesioner .....	29
3.6.2 Teknik Observasi.....	29
3.6.3 Teknik Wawancara .....	30

3.7 Teknik Analisis Data.....	30
3.7.1 Uji validitas dan Reliabilitas .....	30
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.7.3 Analisis Regresi Berganda .....	32
3.8 Tabel Defenisi Operasional Variabel .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	34
4.1.1 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi .....	34
4.1.2 Visi Dan Misi Program Studi Manajemen .....	35
4.1.3 Struktur Organisasi Program Studi Manajemen .....	36
4.2 Deskripsi Data.....	36
4.2.1 Deskripsi Responden .....	37
4.3 Analisis Data .....	40
4.3.1 Uji Kualitas Data.....	40
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.3 Analisis Regresi Berganda Linear.....	45
4.3.4 Hasil Uji t .....	46
4.3.5 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	47
4.4 Pembahasan.....	48
4.4.1 Pengaruh Psikologi terhadap Keputusan Membeli .....	48
4.4.2 Pengaruh Sosial terhadap Keputusan Membeli .....	49
4.4.3 Pengaruh Pribadi terhadap Keputusan Membeli .....	50

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
5.1 Simpulan .....	51
5.2 Saran.....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Jenis- Jenis Merek Smartphone Tahun 2021 .....	4
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Aktif Manajemen 2014- 2020 .....	27
Tabel 4.1 Perincian Pengembalian dan Penggunaan Kuesioner .....	37
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Angkatan Masuk.....	38
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Uji Validitas .....	41
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	42
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.7 Uji Glejser.....	44
Tabel 4.8 Regresi Linier Berganda .....	45
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> .....	47

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Flores .....	36
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Tahun Angkatan Masuk .....	39
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	40