



**GAMBARAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE***

**SKRIPSI**

**DiSUSUN OLEH:**

**WILLIAM DIPA MULYA 705160051**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2020**



**GAMBARAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE***

**Skripsi ini Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menempuh Ujian Sarjana Strata Satu  
(S-1) Psikologi**

**DISUSUN OLEH:**


**WILLIAM DIPA MULYA 705160051**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS TARUMANAGARA**

**JAKARTA**

**2020**

 <b>UNTAR</b> Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	<b>FR-FP-04-06/R0</b>	HAL. 1/1
	<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH</b>	
<b>05 NOVEMBER 2010</b>		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **William Dipa Mulya**

NIM : **705160051**

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah yang diserahkan kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, berjudul:

**Gambaran Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone**

Merupakan karya sendiri yang tidak dibuat dengan melanggar ketentuan plagiarisme dan otoplagiarisme. Saya menyatakan memahami tentang adanya larangan plagiarisme dan otoplagiarisme tersebut, dan dapat menerima segala konsekuensi jika melakukan pelanggaran menurut ketentuan peraturan perundang-undangan dan peraturan lain yang berlaku di lingkungan Universitas Tarumanagara.


Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak mana pun.

Jakarta, 19 Juli 2020

Yang Memberikan Pernyataan



**William Dipa Mulya**

 <b>UNTAR</b> Tarumanagara University FAKULTAS PSIKOLOGI	<b>FR-FP-04-07/R0</b>	<b>HAL.</b> <b>1/1</b>
	<b>SURAT PERNYATAAN EDIT NASKAH</b>	
<b>05 NOVEMBER 2010</b>		

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : **William Dipa Mulya**

N I M : **705160051**

Alamat : **Jl. Empu Tantra Raya No: 18 Perumnas II, Karawaci  
Tangerang 15138**

Dengan ini memberi hak kepada Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara untuk menerbitkan sebagian atau keseluruhan karya penelitian saya, berupa skripsi yang berjudul:

**Gambaran Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone**

Saya juga tidak keberatan bahwa pihak editor akan mengubah, memodifikasi kalimat-kalimat dalam karya penelitian saya tersebut dengan tujuan untuk memperjelas dan mempertajam rumusan, sehingga maksud menjadi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pembaca umum sejauh perubahan dan modifikasi tersebut tidak mengubah tujuan dan makna penelitian saya secara keseluruhan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh, secara sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 19 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan



**William Dipa Mulya**

**PROGRAM STUDI SARJANA FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS TARUMANAGARA  
JAKARTA**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama : William Dipa Mulya

N.I.M. : 705160051

Program Studi : Psikologi

**Judul Skripsi**

Gambaran Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone  
.....  
.....  
.....

Telah diuji dalam sidang Sarjana pada tanggal 3 Juli 2020 dan dinyatakan lulus, dengan majelis penguji terdiri atas:

1. Ketua : Dr. Fransisca Iriani R.D., M.Si.
2. Anggota : Bonar Hutapea, M.Si.  
Dra. Ninawati, M.M.  
.....  
.....

Jakarta, 19 Juli 2020

Pembimbing



Meike Kurniawati S.Psi., M.M.

Pembimbing Pendamping



Dra. Ninawati, M.M.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia, rahmat, pertolongan, dan hidayah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Gambaran Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone” dapat diselesaikan dengan baik. Selain itu penyusunan skripsi ini tentunya juga tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang turut membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pertama, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Meike Kurniawati, S.Psi., M.M., dan Ibu Dra. Ninawati, M.M. selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu memberikan bimbingan ketika peneliti sedang menemukan kesulitan dalam menyusun skripsi serta kesabaran yang diberikan selama membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini. Kedua, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Rostiana, M.Si., Psi., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Ibu Sri Tiatri, Ph.D, Psi., selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Ibu Dr. Zamralita, M.M., Psi, selaku Kaprodi S1 Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara dan seluruh dosen ataupun karyawan di ruang lingkup psikologi yang telah mendoakan dan membantu hingga terselesaikan skripsi ini dengan baik.

Ketiga, peneliti tidak lupa juga untuk mengucapkan terima kasih kepada seluruh partisipan yang sudah ikut turut serta dalam penelitian ini. Keempat, peneliti juga tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Kelima, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih

kepada Sesa, Carren, Jenny, Silviana, Yoan, Ajeng, Livia, William, Andelisa, Dewi, Dhika, Anak, Nasya, Michelle, Trivena, Ishmah dan teman-teman lainnya yang tidak dapat diucapkan satu persatu yang selalu memberikan motivasi dan semangat dalam menemani peneliti menyelesaikan skripsi ini. Terakhir, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang sudah membantu peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti berharap semoga informasi yang terdapat di dalam skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dan menjadi referensi bagi peneliti lainnya. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik dibutuhkan untuk penyempurnaan proposal ini di masa yang akan mendatang. Sekian dan terima kasih.

Jakarta, 22 Juni 2020

William Dipa Mulya

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Teoretis .....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian .....	11
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian .....	12
2.1.3 Tahapan Keputusan Pembelian .....	16
2.1.4 Faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian.....	21
2.2 Kerangka Berpikir .....	23



BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Karakteristik Subyek Penelitian.....	26
3.2 Gambaran Subyek Penelitian .....	27
3.2.1 Gambaran Subyek Berdasarkan Usia (Dalam Tahun).....	28
3.2.2 Gambaran Subyek Berdasarkan Jenis Kelamin .....	28
3.2.3 Gambaran Subyek Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili .....	29
3.2.4 Gambaran Subyek Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	30
3.2.5 Gambaran Subyek Berdasarkan Status Pekerjaan .....	30
3.2.6 Gambaran Subyek Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan .....	31
3.2.7 Gambaran Subyek Berdasarkan Pengeluaran per Hari.....	32
3.2.8 Gambaran Subyek Berdasarkan Penggunaan dengan <i>platform Smartphone</i> .....	32
3.2.9 Gambaran Subyek Berdasarkan Aktivitas Penggunaan <i>Smartphone</i> ....	33
3.2.10 Gambaran Subyek Berdasarkan Penggunaan <i>Smartphone</i> per Hari...34	
3.3 Jenis Penelitian.....	35
3.4 <i>Setting</i> dan Instrumen Penelitian .....	35
3.4.1 <i>Setting</i> Penelitian .....	35
3.4.2 Instrumen Penelitian .....	35
3.5 Pengukuran Penelitian.....	35
3.5.1 Skala Pengukuran.....	35
3.5.2 Pengukuran Variabel Keputusan Pembelian .....	36

3.6	Prosedur Penelitian.....	40
3.6.1	Tahap Persiapan Penelitian .....	41
3.6.2	Uji Coba Instrumen .....	41
3.6.3	Pelaksanaan Penelitian.....	43
3.7	Pengolahan dan Teknik Analisis Data.....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>		<b>46</b>
4.1	Gambaran Data Penelitian.....	46
4.1.1	Gambaran Data Keputusan Pembelian.....	46
4.1.2	Gambaran Data Keputusan Pembelian berdasarkan Dimensi Psikologis .....	48
4.1.3	Gambaran Data Keputusan Pembelian berdasarkan Dimensi Produk ...	48
4.1.4	Gambaran Data Keputusan Pembelian berdasarkan Dimensi Pengaruh Sosial .....	49
4.1.5	Gambaran Data Keputusan Pembelian berdasarkan Dimensi Proses Keputusan Pembelian.....	50
4.2	Pengujian Variabel.....	51
4.2.1	Uji Asumsi Normalitas Data.....	51
4.3	Analisis Data Tambahan .....	52
4.3.1	Uji Beda Variabel Keputusan pembelian Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	52
4.3.2	Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Pengelompokkan Usia .....	53

4.3.3 Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	54
4.3.4 Uji Beda Setiap Dimensi Keputusan Pembelian Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	55
4.3.5 Uji Beda Aktivitas Penggunaan <i>Smartphone</i> Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	57
<b>BAB V SIMPULAN, DISKUSI DAN SARAN</b> .....	62
5.1 Simpulan.....	62
5.2 Diskusi .....	63
5.3 Saran .....	72
5.3.1 Saran Teoretis .....	72
5.3.2 Saran Praktis .....	74
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	P-1
<b>LAMPIRAN</b> .....	L-1

## DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.</i> Proses keputusan pembelian .....	20
<i>Gambar 2.</i> Bagan kerangka berpikir .....	26
<i>Gambar 3.</i> Rumus Walpole.....	27

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Gambaran Subyek Berdasarkan Usia (Dalam Tahun).....	28
Tabel 2 Gambaran Subyek Berdasarkan Jenis Kelamin .....	29
Tabel 3 Gambaran Subyek Berdasarkan Tempat Tinggal/Domisili .....	29
Tabel 4 Gambaran Subyek Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	30
Tabel 5 Gambaran Subyek Berdasarkan Status Pekerjaan .....	31
Tabel 6 Gambaran Subyek Berdasarkan Penghasilan per Bulan.....	31
Tabel 7 Gambaran Subyek Berdasarkan Pengeluaran per Hari.....	32
Tabel 8 Gambaran Subyek Berdasarkan Penggunaan dengan <i>platform</i> <i>Smartphone</i> .....	33
Tabel 9 Gambaran Subyek Berdasarkan Aktivitas <i>Smartphone</i> .....	34
Tabel 10 Gambaran Subyek Berdasarkan Penggunaan <i>Smartphone</i> Per Hari.....	34
Tabel 11 Perubahan Butir Keputusan Pembelian Sebelum dan Sesudah.....	39
Tabel 12 Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	40
Tabel 13 Gambaran Dimensi dan Variabel Keputusan Pembelian .....	47
Tabel 14 Gambaran Dimensi Psikologis .....	48
Tabel 15 Gambaran Dimensi Produk .....	49
Tabel 16 Gambaran Dimensi Pengaruh Sosial .....	50
Tabel 17 Gambaran Dimensi Proses Keputusan Pembelian.....	50

Tabel 18 Uji Normalitas Data .....	51
Tabel 19 Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	52
Tabel 20 Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Pengelompokkan Usia .....	53
Tabel 21 Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Penggunaan <i>platform Smartphone</i> .....	54
Tabel 22 Uji Beda Setiap Dimensi Keputusan Pembelian Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	57
Tabel 23 Uji Beda Aktivitas Penggunaan <i>Smartphone</i> Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	61

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 <i>Blue Print</i> Alat Ukur Keputusan Pembelian .....	L-1
Lampiran 2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	L-5
Lampiran 3 Kuesioner Penelitian .....	L-11
Lampiran 4 Gambaran Subyek Penelitian.....	L-17
Lampiran 5 Gambaran Data Penelitian .....	L-21
Lampiran 6 Uji Asumsi Normalitas Data.....	L-23
Lampiran 7a Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Jenis Kelamin.....	L-24
Lampiran 7b Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari Pengelompokkan Usia .....	L-25
Lampiran 7c Uji Beda Variabel Keputusan Pembelian Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	L-26
Lampiran 7d Uji Beda Dimensi Keputusan Pembelian Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	L-27
Lampiran 7e Uji Beda Aktivitas Penggunaan Smartphone Ditinjau dari <i>platform Smartphone</i> .....	L-31

## ABSTRAK

**William Dipa Mulya (705160051)**

**Gambaran Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian *Smartphone* ; Meike Kurniawati S.Psi., M.M., Ninawati Dra., M.M. Program Studi S-1 Psikologi, Universitas Tarumanagara, (i-xii; 74 halaman, P1-P6, L1-L36)**

*Smartphone* telah menjadi kebutuhan primer saat ini. Peningkatan *smartphone* dirasakan oleh individu yang memasuki remaja dan dewasa awal. Adanya penggunaan *smartphone* dapat meminimalisir aktivitas yang harus dikerjakan dalam waktu yang sama. Adapun aktivitas tersebut berkaitan dengan kebutuhan sehari-hari seperti makan, minum dan lain-lain. Menurut Maslow, kebutuhan dasar pada manusia termasuk ke dalam tingkatan pertama yaitu *physiological needs* di mana motivasi individu dipengaruhi oleh kebutuhan individu tersebut akan hal-hal primer seperti makan, minum dan lain-lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan keputusan pembelian *smartphone* di Jakarta. Penelitian ini melibatkan 400 responden yang aktif menggunakan *smartphone* di Jakarta dengan menggunakan teknik nonprobabilitas *sampling* dan jenis penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif non eksperimental. Instrumen dalam penelitian ini adalah alat ukur dari keputusan pembelian yang diukur dengan faktor-faktor keputusan pembelian dari Shiffman dan Wisenblit (2015) serta proses keputusan pembelian dari Kotler dan Keller yang dikembangkan oleh Harjuno (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi psikologis, produk, pengaruh sosial dan proses keputusan pembelian pada produk *smartphone* cenderung tinggi.

Kata kunci : Faktor-Faktor dan Keputusan Pembelian