

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

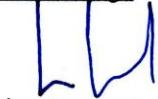
**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PRODUK UMKM KOTA PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

**AULIA
201720064**

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
Pada tanggal 08 juli 2021

Pembimbing I


Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M.

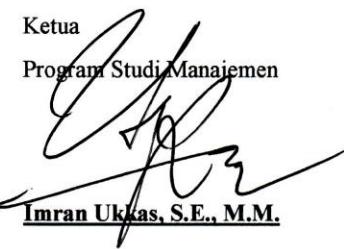
pembimbing II


Prof. Dr. H. Suhandi M Anwar, Drs., MM

Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis
Universitas Muhammadiyah Palopo


Hapid, S.E., M.M.

Ketua
Program Studi Manajemen


Imran Ukkas, S.E., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK UMK KOTA
PALOPO**

Disusun dan diajukan oleh

Aulia

201720064

Telah dipertahankan dalam ujian skripsi pada tanggal 08 juli 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.

Susunan Dewan Penguji

1. Penguji : Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M
2. Penguji : Asriany, S.E., M.M.
3. Penguji : Abid Ramadhan, SE, M.Ak

(.....)
(.....)
(.....)

Ketua Prodi Studi Manajemen

Imran Ukkas, S.E., M.M

NIDN.0903048602

SURAT PERNYATAAN ORISIL

Yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA MAHASISWA : AULIA

NOMOR INDUK : 201720064

PROGRAM STUDY : MANAJEMEN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun dengan judul "**Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Kota Palopo**" adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat secara keseluruhan dari karya ilmiah orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar keserjanaan saya).

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya umtuk dapat digunakan bila mana diperlukan.

Palopo 08 Juli 2021

Pembuat Pernyataan



Aulia

201720064

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

- a. Nama : Aulia
- b. Tempat Tanggal Tahir : 04-oktober-1998
- c. Agama : Islam
- d. Pekerjaan : Mahasiswa
- e. Alamat Rumah/ No.hp :Jl.Idrus Kambau, songka / 085240744583

2. Nama Orang Tua

- a. Ayah : Amiruddin Ali

- b. Ibu : Erni

3. Pendidikan

- a. SD 43 Takkalala Kota Palopo, Tamat Tahun 2011
- b. SPM N 4 Palopo, Tamat Tahun 2014
- c. SMK 4 Palopo, Tamat Tahun 2017

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran ALLAH SWT atas Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penelitian ini dan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik yang berjudul "Pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM Kota Palopo". Sholawat dan Salam penulis mengirimkan kepada Nabi Muhammad SAW. Beserta para sahabat dan keluarga beliau yang telah memberikan tauladan dalam menjalani kehidupan di dunia dan akhirat.

Skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana ekonomi program strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Palopo.

Selama penelitian dan penyusunan laporan yang ada dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Semua kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak oleh karena itu, penulis ini menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Salju, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palopo
- 2 Bapak Hapid, S.E., M.M selaku Dekan Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo.
3. Bapak Imran Ukkas, S.E., M.M selaku Ketua Program Study Manajemen
4. Bapak Rahmad Solling Hamid, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pertama saya yang telah sabar dan banyak mengorbankan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan saya bimbingan serta saran dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.
5. Prof. Dr. H. Suhardi M. Anwar Drs., M.M selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah banyak mengorbankan waktu, tenaga untuk memberikan saya bimbingan serta saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen serta staf Universitas Muhammadiyah Palopo, yang telah memberikan bekal ilmu kepada saya sebagai penulis.
7. Terimakasih sebesar-besarnya untuk kedua orang tua penulis Amiruddi Ali dan Erni yang telah sabar medidik dan menjaga penulis, serta kakak dan adek saya Rahmatilla, Tri Suci, Qhuraima
8. Terimakasih juga kepada Kaharuddin yang telah menemani keegoisan dan kegalauan penulis, dengan penuh drama suka dan cita saya dalam menyelesaikan skripsi mulai awal sampai selesai.
9. Terimakasih teman angkatan untuk Arman, Harun, yang selalu membantu saya, dan untuk senior kak awal, vidiya jayanti jamaluddin, dan ifa tenri jemma yang membantu saya dan mengarahkan saya dalam mengerjakan skripsi sampai selesai.

10. Terima kasih juga kepada teman-teman ku group adakah sedekah yang selalu menyemangati dalam mengerjakan skripsi sampai selesai. Dan untuk yang tidak saya sebut namanya terimakasih untuk kalian dan serta doa untuk penulis.

Akhirnya kata dari penulis semoga skripsi ini bermanfaat dan diberkahi ALLAH SWT.
Cukup sekian dan terima kasih

Palopo, 08 Juni 2021

Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
ABSTRACT	xv

BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat penelitian	7
1.4 Manfaat penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Budaya	11
2.2.1 Definisi budaya.....	11
2.2.2 Faktor-faktor kebudayaan.....	12
2.2.3 Dimensi budaya	13
2.3 Sosial	14
2.3.1 Definisi sosial	14
2.3.2 Faktor-faktor sosial.....	14
2.3.3 Karakteristik sosial	15
2.4 Pribadi	16
2.4.1 Definisi pribadi	16
2.4.2 Faktor-faktor kepribadian	16
2.5 Psikologis	17
2.5.1 Definisi psikologis	17
2.5.2 faktor-faktor psikologis	17
2.6 Keputusan Pembelian.....	17
2.6.1 Definisi keputusan pembelian	17
2.6.2 Tahap-tahap dalam pengambilan keputusan pembelian	18
2.6.3 Pentingnya memahami model keputusan pembelian	19

2.7 Penelitian Terdahulu	19
2.8 Kerangka Konseptual	23
2.9 Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi Dan Sampel	28
3.3.1 Populasi	28
3.3.2 Sampel.....	30
3.4 Jenis Dan Sumber Data	30
3.4.1 Jenis data	30
3.4.2 Sumber data	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Kuesioner.....	31
3.5.2 Wawancara	32
3.6 Variabel Penelitian Dan Devinisi operasional	32
3.6.1 Variabel penelitian.....	32
3.6.2 Definisi operasional.....	32
3.7 Instrumen Penelitian	34
3.8 Uji Instrumen Validatas Dan Realibilitas	35
3.8.1 Uji validitas	35
3.8.2 Uji realibilitas	35
3.9 Teknik Analisis Data	35
3.9.1 Analisis statistik deskriptif	35
3.9.2 Analisis regresi linear berganda	36
3.9.3 Koefisien determinasi (R^2)	37
3.10 Uji Hipotesis	37
3.10.1 Uji F.....	37
3.10.2 Uji T.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi hasil penelitian.....	38
4.1.1 Sejarah singkat tentang Kota Palopo dan UMKM	38
4.1.2 Visi dan misi UMKM.....	42
4.2 Deskripsi data.....	42
4.3 Hasil penelitian	43
4.4.1 Uji statistik deskriptif	43
4.4.2 Uji kualitas data.....	51
4.3.2.1 Uji validitas	51
4.3.2.2 Uji realibilitas	53
4.4 Ananlisis regresi linear berganda.....	54
4.5 Uji koefisien (R^2)	56

4.6 Uji Hipotesis	56
4.6.1 Uji signifikan simultan (uji statistik f).....	56
4.6.2 Uji signifikan variabel (uji T).....	57
4.7 Pembahasan.....	58
BAB V PENUTUP.....	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR RUJUKAN	63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	21
Tabel 3.1 Jumlah UMKM Kota Palopo	29
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel	32
Tabel 4.1 Jumlah UMKM Kota Palopo	40
Tabel 4.2 Pengumpulan data primer penelitian	42
Tabel 4.3 Deskripsi item pernyataan budaya.....	44
Tabel 4.4 Deskripsi item pernyataan sosial	45
Tabel 4.5 Deskripsi item pernyataan pribadi	46
Tabel 4.6 Deskripsi item pernyataan psikologis	48
Tabel 4.7 Deskripsi item pernyataan keputusan pembelian.....	49
Tabel 4.8 Uji validitas.....	51
Tabel 4.9 Uji realibilitas.....	53
Tabel 4.10 Analisis regresi linear berganda.....	54
Tabel 4.11 Koefisien determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.12 Uji statistik F.....	56
Tabel 4.13 Uji statistik T	57
Tabel 4.14 Akumulasi hasil pengujian hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7.1 Kerangka konseptual.....	24
---------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner penelitian.....	67
Lampiran 2 : Hasil perhitungan kuesioner budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), psikologis (X4), dan keputusan pembelian (Y).....	71
Lampiran 3 : Hasil uji deskriptif.....	98
Lampiran 4 : Hasil uji validitas.....	107
Lampiran 5 : Hasil uji realibilitas	110
Lampiran 6 : Hasil uji regresi linear berganda.....	113
Lampiran 7: Tabel R	114
Lampiran 8: tabel F	116
Lampiran 9: Tabel T	117

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM Kota Palopo. Metode ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan data primer, metode pengambilan data menggunakan survei kuesioner kepada 120 responden UMKM Kota Palopo. Analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, setelah data dikumpulkan data analisis menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian ini dengan analisis regresi linear berganda menggunakan pengujian koefisien determinasi (R^2) dan uji hipotesis uji (T). Hasil penelitian ini menunjukan bahwa budaya (X1), sosial (X2), pribadi (X3), dan psikologis (X4) berpengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine whether cultural, social, personal, and psychological influences have a significant effect on purchasing decisions on UMKM products in Palopo City. This method uses a quantitative method using primary data, the data collection method uses a questionnaire survey to 120 respondents of UMKM in Palopo City. The analysis in this study uses multiple linear regression analysis, after the data is collected the analysis data uses the SPSS version 23 program. The results of this study are multiple linear regression analysis using the coefficient of determination (R²) and hypothesis testing (T). The results of this study indicate that cultural (X₁), social (X₂), personal (X₃), and psychological (X₄) have a positive or significant effect on purchasing decisions.

Keywords: Culture, Social, Personal, Psychological, and Purchasing Decisions.



AULIA SKRIPSI.doc

Jun 29, 2021

18652 words / 95772 characters

Aulia

AULIA SKRIPSI.doc

Sources Overview

22%

OVERALL SIMILARITY

1	eprints.walisongo.ac.id INTERNET	3%
2	core.ac.uk INTERNET	2%
3	media.neliti.com INTERNET	2%
4	eprints.unm.ac.id INTERNET	2%
5	www.scribd.com INTERNET	1%
6	eprints.undip.ac.id INTERNET	1%
7	text-id.123dok.com INTERNET	<1%
8	www.researchgate.net INTERNET	<1%
9	repository.umpalopo.ac.id INTERNET	<1%
10	docobook.com INTERNET	<1%
11	etheses.uin-malang.ac.id INTERNET	<1%
12	jurnal.steama.ac.id INTERNET	<1%
13	repository.uin-suska.ac.id INTERNET	<1%
14	repository.unhas.ac.id INTERNET	<1%
15	repository.uksw.edu INTERNET	<1%

(16)	studentjournal.petra.ac.id INTERNET	<1%
(17)	repositori.uin-alauddin.ac.id INTERNET	<1%
(18)	jurnal.univpgri-palembang.ac.id INTERNET	<1%
(19)	digilib.umpalopo.ac.id:8080 INTERNET	<1%
(20)	eprints.unpam.ac.id INTERNET	<1%
(21)	repository.ub.ac.id INTERNET	<1%
(22)	id.123dok.com INTERNET	<1%
(23)	repository.uin-malang.ac.id INTERNET	<1%
(24)	Jamal.ub.ac.id INTERNET	<1%
(25)	ondertiteling.tumblr.com INTERNET	<1%
(26)	dishub.bantenprov.go.id INTERNET	<1%
(27)	eprint.stiwww.ac.id INTERNET	<1%
(28)	ejurnal.seminar-id.com INTERNET	<1%
(29)	mitrakab.go.id INTERNET	<1%
(30)	lib.uin-malang.ac.id INTERNET	<1%
(31)	prosiding.unipma.ac.id INTERNET	<1%
(32)	stiemmamuju.e-journal.id INTERNET	<1%
(33)	eprints.amikompurwokerto.ac.id INTERNET	<1%
(34)	ejournal.unesa.ac.id INTERNET	<1%
(35)	thesis.binus.ac.id INTERNET	<1%
(36)	repositori.umsu.ac.id INTERNET	<1%
(37)	repository.uinjkt.ac.id INTERNET	<1%
(38)	www.coursehero.com INTERNET	<1%

 39	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id INTERNET	<1%
 40	Preprint source Mirkó Gáti. "Kis- és középvállalatok marketingtevékenységének befolyásoló tényezői – Különös tekintettel az online marketingtevékenységekre", ... CROSSREF POSTED CONTENT	<1%
 41	ejournal.kemsos.go.id INTERNET	<1%
 42	eprints.radenfatah.ac.id INTERNET	<1%
 43	ojs.udb.ac.id INTERNET	<1%
 44	repository.radenintan.ac.id INTERNET	<1%

Excluded search repositories:

- Publications

Excluded from Similarity Report:

- Small Matches (less than 25 words).

Excluded sources:

- None