

ABSTRAKSI

TRIASTATIK INDRIATI . 15.1011301

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA EXPORT IMPORT

Skripsi . Program Studi Administrasi Bisnis. 2019

Kata kunci : Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Keputusan Pembelian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (a) 4. Apakah faktor budaya, sosial dan pribadi memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian jasa ekspor impor pada PT Aman World Logistic. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tetap PT Aman World Logistic Yang Berjumlah 98 Pelanggan, sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 50 pelanggan tetap PT Aman World Logistic dengan teknik random sampling. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa, variabel factor budaya (X1) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan t hitung sebesar 5.422 lebih besar dari t tabel sebesar 2.01290, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05, Variabel factor sosial (X2) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pribadi (X3) memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan Nilai t hitung untuk variabel komitmen pelanggan sebesar 22.600 lebih besar dari t tabel sebesar 2.01290, dengan tingkat signifikansi lebih kecil dari 0.05.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada kita semua sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA EXPORT IMPORT”.

Skripsi ini disusun sebagai tugas akhir kuliah yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.

Peneliti menyadari dalam penyusunan Skripsi tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Nugroho Dwi Priyohadi, S.Psi., M.Sc selaku Ketua STIAMAK Barunawati Surabaya.
2. Soedarmanto, SE., MM selaku Ketua Program Studi STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.
3. Dr. Chairul Anam, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, ilmu serta arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
4. Indriana Krisnawati, SE, MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, ilmu serta arahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen pengajar dan Staff STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.
6. Hendra Sugiono selaku Direktur Utama PT. Aman World Logistic Surabaya yang telah mengizinkan peneliti melakukan penelitian skripsi ini.
7. Untuk Orang Tua saya Ayah saya Alm. Moch. Ischak, Ibu saya Suhartatik, adikku Haris Suhartanto dan Saudara - saudara yang selalu mendukung, memberikan kasih sayang dan memberikan semangat serta doa'nya.

8. Untuk Joko Hariyanto yang telah senantiasa memberikan dukungan, semangat dan motivasi sehingga mampu untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas segala kesabarannya menghadapi Penulis ini.
9. Kepada Pegawai Staff PT. Aman World Logistic.
10. Teman-temanku angkatan saya, teman seperjuangan (Genk Mak Ruempong) dari semester I hingga saat ini selalu bersama-sama melewati suka dan duka menjadi mahasiswa STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya, terima kasih atas motivasi, semangat dan dukungannya.
11. Semua orang yang mencintai dan menyayangiku yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari Skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Peneliti mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut. Aamiin..

Surabaya, 10 Agustus 2019

Peneliti

Triastatik Indriati

Nim : 15.1011301

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT dan atas dukungan dan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Kedua Orang Tua tercinta Ibunda Suhartatik dan Ayahanda Alm. Moch. Ischak yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta do'a yang tiada henti untuk kesuksesan saya.
2. Saudara saya terkasih yaitu Haris Suhartanto.
3. Joko Hariyanto yang selalu support saya agar jangan pantang menyerah dalam segala hal apapun, memberi semangat yang tak pernah saya lupakan.
4. Teman-temanku angkatan saya, teman seperjuangan (Genk Mak Ruempongg) dari semester I hingga saat ini selalu bersama-sama melewati suka dan duka menjadi mahasiswa STIA Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya, terima kasih atas motivasi, semangat dan dukungannya.
5. Almamater STIA dan Manajemen Kepelabuhanan Barunawati Surabaya.

MOTTO

Manfaatkan ilmu dengan bijak, jika kamu tidak memanfaatkan dengan bijak ilmu bisa seperti pedang dia akan memotongmu sendiri.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Pembatasan Masalah	5
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Manajemen Pemasangan	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.2 Perilaku Konsumen	8
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	8
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
2.3 Keputusan Pembelian	12
2.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian	12
2.3.2 Dimensi Keputusan Pembelian	13
2.3.3 Proses Keputusan Pembelian	14

2.4	Hubungan Antar Variabel.....	15
2.4.1	Hubungan Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.4.2	Hubungan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian.....	16
2.4.3	Hubungan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.4.4	Hubungan Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian	17
2.5	Penelitian Terdahulu	18
2.6	Kerangka Konseptual	36
2.7	Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian.....	38
3.1.1	Jenis Penelitian	38
3.1.2	Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.1.2.1	Populasi Penelitian.....	38
3.1.2.2	Sampel Penelitian	39
3.2	Teknik Pengumpulan Data	40
3.3	Sumber Data	41
3.4	Definisi Operasional Variabel	41
3.5	Teknik Analisa Data.....	44
3.5.1	Uji Kualitas Data	44
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	45
3.5.3	Regresi Linier Berganda	47
3.5.4	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	48
3.5.5	Uji t (Parsial)	48
3.5.6	Uji F (Simultan).....	48
BAB IV	ANALISA DAN PEMBAHASAN	50
4.1	Gambaran Umum PT Aman World Logistic	50
4.1.1	Sejarah Singkat PT Aman Word Logistic	50
4.1.2	Visi dan Misi PT. Aman Word Logistic	50
4.2	Struktur Organisasi.....	51
4.3	Karakteristik Responden Penelitian	52
4.3.1	Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	53

4.3.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.3.3 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
4.4 Deskripsi variabel penelitian.....	54
4.5 Analisa Data.....	61
4.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	61
4.5.1.1 Uji Validitas	61
4.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	65
4.6 Uji Asumsi Klasik	66
4.6.1 Uji Normalitas	66
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.6.3 Uji Multikonlineritas	69
4.7 Analisa Regresi Linier Berganda	69
4.8 Uji Hipotesis	71
4.8.1 Uji F (Simultan).....	71
4.8.2 Uji t (Parsial	72
4.9 Analisa Koefisien Determinasi Berganda.....	72
4.10 Pengujian Hipotesis Penentuan Variabel yang Berpengaruh Dominan..	73
4.11 Pembahasan	74
4.11.1 Pengaruh Faktor Budaya (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	74
4.11.2 Pengaruh Faktor Sosial (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	75
4.11.3 Pengaruh Faktor Pribadi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	<u>77</u>
5.1 Kesimpulan	<u>77</u>
5.2 Saran.....	<u>77</u>
DAFTAR PUSTAKA	<u>79</u>
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Persentase Jumlah Pelanggan PT Aman World Logistic	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3.1 Operasional Variabel	42
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Faktor Budaya (X1).....	55
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Faktor Sosial (X2).....	56
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Faktor Pribadi (X3).....	57
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Penilaian Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Faktor Budaya (X ₁)	62
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Faktor Sosial (X ₂).....	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Faktor Pribadi (X ₃).....	63
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Realibilitas	65
Tabel 4.13 One-sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	67
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	69
Tabel 4.15 Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.16 Perhitungan Uji F Pada Taraf Signifikansi 0,05	71
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Uji Koefisiensi R dan R ²	73
Tabel 4.18 Nilai Koefisien Beta.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4.1 Organisasi Perusahaan.....	51
Gambar 4.2 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	67
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	68