

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN RUMAH PADA PT. BUKIT DIENG PERMAI  
MALANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen**



**Disusun Oleh :  
Hendrik  
01.220.411**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : HENDRIK  
Nomor Pokok : 01.220.411  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH  
PADA PT. BUKIT DIENG PERMAI MALANG.

Malang, Juli 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

Pembimbing

Dra. ERNA SETIJANI, MM

Dra. ENY YUNIRIYANTI, MM

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN RUMAH PADA PT. BUKIT DIENG PERMAI  
MALANG**

**Dipersiapkan dan Disusun Oleh :  
HENDRIK  
01.220.411**

**Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 28 Juli 2006  
Susunan Dewan Penguji**

Ketua Penguji

Sekretaris Penguji

**ENY YUNIRIYANTI, MM**

**UMU KHOUROH, SE, MSi**

Anggota Penguji

**Drs. H. FAJAR SUPANTO, MSi**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Juli 2006

Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang

**Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : HENDRIK

Nomor Pokok : 01.220.411

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat dan Tgl. Lahir : Kotabaru, 07 Juni 1982

Alamat : Jl. Batu Silira No. 58 Kotabaru Kal-Sel

Nama Orangtua ( ayah ) : Tuing  
( ibu ) : Suhartini

Riwayat Pendidikan : 1. SDN Idatha Kotabaru lulus tahun 1994  
1. MTSN GUPPI Kotabaru lulus tahun 1997  
2. SMEA Kotabaru lulus tahun 2000  
3. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen  
Universitas Merdeka Malang Angkatan  
2001

## KATA PENGANTAR

### **Bismillahirrohmanirrohim**

Alhamdulillah, segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini, yang berjudul “ ***Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Bukit Dieng Permai Malang.***”

Dengan adanya skripsi ini penulis berharap dapat memberikan manfaat yang berguna bagi penerus-penerus selanjutnya sehingga dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas studi yang ada di Universitas Merdeka Malang.

Banyak pihak yang telah sangat membantu atas terselesainya skripsi ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. Maxion Sumtaky, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Ibu Dra. Erna Setijani, MM, selaku Kajur FE Universitas Merdeka Malang.
3. Bapak Drs. Petrus Djawabani, MM, selaku dosen wali kelas i tahun 2000/2001

4. Ibu Eny Yuniriyanti, MM, selaku dosen pembimbing yang dengan kesabarannya telah membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Ssmsul Mahmud, SE selaku Manager SDM PT. Bukit Dieng Permai Malang, yang telah memberikan izin untuk mengadakan penelitian.
6. Semua staf dan karyawan PT. Bukit Dieng Permai Malang.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dan akhirnya penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis harapkan demi perbaikan karya tulis ini. Dan semoga penulisan skripsi ini memberikan manfaat kepada semua pihak umumnya, dan penulis khususnya.

Malang, Juli 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

Judul .....	i
Lembar Persetujuan Draf Skripsi .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Abstrak .....	v
<b>BAB I    PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah Penelitian .....	1
B. Perumusan masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Kegunaan Penelitian .....	4
<b>BAB II    LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	5
B. Hipotesis .....	21
<b>BAB III    METODE PENELITIAN</b>	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel .....	22
B. Definisi Operasional Variabel .....	24
A. Ruang Lingkup Penelitan .....	25
B. Lokasi Penelitian .....	26
C. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel .....	26
D. Sumber Data .....	27
E. Teknik Pengumpulan Data .....	28

F. Uji Instrumen.....29

G. Teknik Analisis Data.....48

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL**

**PENELITIAN**

A. Hasil Penelitian .....52

B. Pembahasan Hasil Penelitian.....69

C. Implementasi Hasil Penelitian .....78

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....80

B. Saran .....82

Daftar Pustaka

Lampiran

## DAFTAR TABEL

### TABEL

1. Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner .....	31
2. Hasil Pengujian Reliabilitas.....	32
3. Jenis Kelamin Responden.....	34
4. Usia Responden .....	34
5. Pekerjaan Responden .....	35
6. Tingkat Pendidikan Responden.....	36
7. Pendapatan Responden.....	36
8. Distribusi Jawaban Responden Variabel Kebudayaan .....	38
9. Distribusi Jawaban Responden Variabel Sosial .....	40
10. Distribusi Jawaban Responden Variabel Pribadi .....	42
11. Distribusi Jawaban Responden Variabel Psikologis .....	44
12. Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian ...	46
13. Klasifikasi Jumlah Karyawan .....	58
14. Klasifikasi Karyawan Berdasar Jabatan .....	58
15. Daftar Harga Jual .....	64
16. Hasil Analisa Regresi Linier Berganda .....	69
17. Hasil Uji t .....	72

## DAFTAR GAMBAR

### GAMBAR

1. Model Konsep Pemasaran Inti.....	6
1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
2. Struktur Organisasi.....	54
3. Uji F (F-test) .....	72
4. Uji t (t-test) Kebudayaan.....	74
5. Uji t (t-test) Sosial .....	75
6. Uji t (t-test) Pribadi.....	76
7. Uji t (t-test) Psikologis.....	77

## ABSTRAK

Sesuai dengan masalah pokoknya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan keputusan pembelian rumah pada PT. Bukit Dieng Permai Malang. Dan dari faktor-faktor yang ada tersebut, kemudian dicari faktor yang berpengaruh paling signifikan atau nyata terhadap perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian rumah pada PT. Bukit Dieng Permai Malang.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau penghuni PT. Bukit Dieng Permai Malang. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak 30 orang. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa laporan historis perusahaan. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner. Peneliti dalam menguji penelitiannya menggunakan Uji T (T-test) dan Uji F (F-test), dan Analisis Regresi Berganda.

Dari hasil pengujian dengan menggunakan Uji F, maka diperoleh bahwa Faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, dan Psikologis secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yakni  $212,909 > 2,76$ . Sedangkan secara parsial, melalui Uji t (t-test) juga diperoleh bahwa keempat faktor yang ada tersebut berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , yaitu masing-masing kebudayaan ( $X_1$ )  $2,677 > 2,060$ ; sosial ( $X_2$ )  $2,213 > 2,060$ ; pribadi ( $X_3$ )  $2,885 > 2,060$ ; dan juga psikologis ( $X_4$ )  $2,158 > 2,060$ . Dan juga dari hasil analisis regresi linier berganda didapat bahwa faktor pribadi merupakan faktor yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan besarnya nilai koefisien regresi sebesar 0,352 atau 35,2 %, jadi dapat disimpulkan bahwa hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya secara nyata melalui data statistik.