

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE
(Study Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Dikota Malang)**

SKRIPSI



Oleh :
SYAHRUL GHOFUR ANSORI
NIM.10510009

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2014

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE
(Study Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Dikota Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada :
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :
SYAHRUL GHOFUR ANSORI
NIM.10510009

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2014**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE
(Study Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Dikota Malang)**

SKRIPSI

Oleh

SYAHRUL GHOFUR ANSHORI

NIM : 10510009

Telah Disetujui, 15 Juli 2014
Dosen Pembimbing,

Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M. Ag
NIP 196201151998031001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN**

SEPATU MEREK CONVERSE

(Study Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Dikota
Malang)

Oleh :
SYAHRUL GHOFUR ANSORI
NIM : 10510009

Telah Diujikan 11 Juli 2014

Susunan Dewan Penguji

TandaTangan

1. Penguji I
Dr. H. Masyhuri, Ir., MP : ()

2. Penguji II
M. Fatkhur Rozi, SE., MM : ()
NIP. 1976118 200901 1 003

3. Penguji III (Pembimbing)
Dr. H. Salim Al- Idrus,MM.,M.Ag : ()
NIP. 19620115 199803 1 001

Mengetahui :
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 197507072005011005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Syahrul Ghofur Anshori

NIM : 10510009

Alamat : Melik bedahlawak Tembelang Jombang

menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul :

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CONVERSE

(Study Pada Konsumen Sepatu Merek Converse Dikota Malang)

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikat**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 11 Juli 2014

Syahrul Ghofur A.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, aku persembahkan karyaku yang sangat sederhana ini kepada :

“ Kedua orang tuaku, H. Mahfudz, Sd. Dan Siti Maslicah yang telah membesarkan aku dengan tulus dalam memberikan kasih sayangnya yang tak pernah berhenti hingga sampai saat ini dan telah berkorban jiwa dan ragaya tanpa mengharapkan balasan kepadaku, dan yang selalu memeluk ku dalam setiap do'anya . . . ”

“ Kepada saudara-saudaraku, yang telah membantu aku baik secara materil maupun nonmateril.

Kepada saudara-saudaraku yang telah menyumbangkan tenaga maupun pikirannya.

Kepada saudara-saudaraku yang telah membimbing dan menuntun aku . . . ”

“ Teman-teman seperjuanganku dalam menimba ilmu dan untuk teman-teman di desaku, yang selalu memberikan keramaian dalam hidupku, yang selalu memecahkan keheninganku dan yang selalu mengisi kekosongan dalam keseharianku, yang dimana tidak dapat aku sebutkan satu persatu. . . ”

“ Untuk Nur Aini, yang selalu memberikan semangat kepadaku, baik dalam ucapan maupun perbuatan, yang selalu setia mendengarkan cerita-ceritaku, yang selalu sabar mendengarkan keluh kesahku, dan yang selalu menemaniku dalam berbagi kisah, dialah seorang yang telah memberikan warna baru dalam hidupku. . . ”

Demikianlah lembar persembahan ini ku buat, tiada kata yang pantas ku ucap kecuali permohonan maafku yang sangat besar jika selama ini melakukan salah dalam perbuatan, tingkah laku dan tidak ketidak sengaja dalam ucapan, dan rasa terima kasihku yang sangat besar atas semua yang telah mereka berikan. terimakasihku tak terhingga kuucapkan, teriring do'a semoga Allah memberikan RahmatNya. . . Amiin . . .

Terimakasihku, ku persembahkan . . . !!

MOTTO

DALAM SETIAP CERITA PASTI PUNYA AKHIR.. .

TAPI TIDAK DENGAN HIDUP

KARENA DALAM HIDUP, SETIAP AKHIR ADALAH SEBUAH AWAL
YANG BARU.

KARENA . . .

INILAH YANG NAMANYA MATAKULIAH KEHIDUPAN
SUSAH, SENANG, SEDIH, BAHAGIA KITA JALANI BERSAMA
KARENA KITA HIDUP DI UNIVERSITAS KEHIDUPAN
YANG AKAN TERUS BERJALAN
DAN TAK AKAN PERNAH BERHENTI
SAMPAI KITA SKRIPSI DAN WISUDA DI AKHIRAT NANTI

{EASY COME EASY GO}

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini dapat terselesaikan dengan judul "Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu merek Converse di Kota Malang".

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo, M.SI Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.,Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi..
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei. Selaku ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

5. Ayah, ibu, beserta seluruh keluarga, atas do'a, semua semangat dan dukungan baik moril maupun materiil.
6. Tem
an-teman ekonomi 2010 yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi.
7. Semua pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Aamiin ya Robbal 'Alamin...

Malang, 15 Juli 2014

Syahrul Ghofur A.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK (3 bahasa : Indonesia, English, Arabic)	xv
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Konsep Pemasaran.....	12
2.3 Perilaku Konsumen.....	13
2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	17
2.5 Keputusan Pembelian.....	19
2.6 Saluran Distribusi.....	25
2.7 Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Islam.....	29

2.8 Kerangka Konseptual.....	34
2.9 Hipotesis.....	34

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Obyek Penelitian	35
3.2 Jenis dan Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5 Data Dan Sumber Data.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.7 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.8 Identifikasi Variabel	42
3.9 Teknik Dan Analisis Data.....	44

BAB IV: PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	49
4.1.2 Pelaksanaan Penelitian	49
4.1.3 Karakteristik Responden	50
4.1.4 Distribusi Item	52
4.2 Pembahasan Data Hasil Penelitian	56
4.2.1 Uji Validitas Dan Reabilitas	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	57
4.2.3 Analisis regresi linier Berganda	59
4.2.4 Pengujian Hipotesis	61
4.2.5 Relevansi Hasil Penelitian Dengan teori	65
4.2.6 Relevansi Hasil Penelitian Dengan kajian Islami	66

BAB V: PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....71

5.2 Saran72

DAFTAR PUSTAKA 73

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	5
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	10
Tabel 3.1 Identifikasi Variabel	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	51
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Item Situasional	52
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Item Pengetahuan	53
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Item Kepribadian	54
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Item Keputusan Pembelian	55
Tabel 4.8 Uji Validitas	56
Tabel 4.9 Uji Reabilitas	57
Tabel 4.10 Uji Non-Multikolinieritas	57
Tabel 4.11 Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.12 Uji Normalitas	58
Tabel 4.13 Uji Linier Berganda	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola Dasar dari Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2.2 Bidang Psikologis.....	16
Gambar 2.3 Bagan Pengambilan Keputusan Pembelian.....	22
Gambar 2.4 Macam-Macam Saluran Distribusi.....	28
Gambar 2.5 Saluran Distribusi Pengecer	29
Gambar 2.6 Kerangka Konseptual	34

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I : Laporan bimbingan
LAMPIRAN II : Lembar kuisisioner
LAMPIRAN III : Hasil olah SPSS
LAMPIRAN IV : Dokumentasi Penelitian

ABSTRAK

Ghofur, Syahrul. 2014. SKRIPSI. Judul: Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse. (study pada konsumen sepatu merek Converse dikota malang)

Pembimbing : Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

Kata kunci : Perilaku konsumen, keputusan pembelian

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Oleh karena itu dalam Penelitian yang berjudul “Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse ”. dipelajari untuk mengetahui bagaimana perilaku atau tingkah laku dan sikap konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen pada faktor situasional, pengetahuan dan kepribadian terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek Converse dikota malang.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan statistik yang menggunakan alat analisis regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS 16.0 *for Windows*®. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 70 responden sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan *accidental sampling*.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel situasional, pengetahuan, kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse dan signifikan terhadap pembelian sepatu merek Converse. Dari hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa F hitung sebesar $8,229 > F$ tabel sebesar $3,1296$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Atau dapat dikatakan bahwa variabel *independent* berpengaruh nyata secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel *dependent*. Sedangkan secara parsial variabel situasional mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse dibandingkan dengan variabel pengetahuan dan variabel kepribadian. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai t hitung = $3,567 >$ nilai t tabel = $1,995$ yang berarti bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Sedangkan apabila melihat angka signifikansi yakni sebesar $0,001 < 0,05$ maka variabel situasional mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

ABSTRAC

Ghofur, Syahrul. , 2014. Thesis. Title: Analysis of consumer behavior towards buying decision Converse brand shoes. (study on consumer brand shoes Converse poor town)

Supervisor: Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag

Keywords: Consumer behavior, purchasing decisions

Consumer behavior is the behavior shown consumers in finding, purchasing, using, evaluating, and spend the products and services that they expect will satisfy the needs them. Therefore karenaitu in the study, entitled "Analysis of consumer behavior towards buying decision Converse brand shoes". Studied to determine how the behavior or the behavior and attitudes of consumers in the purchase of a product. And the purpose of this study was to determine the effect of consumer behavior on situational factors, knowledge and personality of the product purchase decisions Converse brand shoes unfortunate town.

The analytical method used is descriptive analysis and statistical methods that use multiple linear regression analysis, a significant test of simultaneous and significant partial testing. The execution method of data analysis using SPSS 16.0 for Windows ®. The data used are primary and secondary data. This study used a sample of 70 respondents drawn by accidental sampling.

The results based on multiple linear regression analysis showed that situational variables, knowledge, personality influence on purchasing decisions and significant brand shoes Converse shoes Converse brand to purchase. From the results of multiple linear regression can be seen that the calculated F of $8.229 > F$ table at 3.1296 then H_0 is rejected and H_a accepted. Or it can be said that the significant independent variables together (simultaneously) on the dependent variable. while partially situational variables have the greatest influence on purchase decisions Converse brand shoes compared with variable knowledge and personality variables. The results of data processing show t value = $3.567 > t$ table = 1.995 which means that H_0 is rejected and H_a accepted. Whereas if see the significance of the numbers of $0.001 < 0.05$ then the situational variables significantly affect consumer purchasing decisions.

مستخلص البحث

غفور ، شهرول ، الساعة 2014. البحث . العنوان: التحليل سلوك المستهلك نحو شراء الأحذية من العلامة التجارية كونفيرس القرار. (الدراسة عن الأحذية من العلامة التجارية الاستهلاكية كونفيرس بلدة الفقراء)

المشرف: الدكتور الحاج سالم إدروس الماجستير

الكلمات الرئيسية: سلوك المستهلك والقرارات الشرائية

المستهلك سلوك هو سلوك المستهلكين هو مبيّن في الحقائق، وشراء، وذلك باستخدام وتقييم وقضاء المنتجات والخدمات التي تتوقع وتلبية احتياجاتهم. وبالتالي، فإن دراسة بعنوان "تحليل سلوك المستهلك نحو شراء القرار الأحذية من العلامة التجارية كونفيرس". دراستها لتحديد كيفية سلوك أو سلوك ومواقف المستهلكين في شراء المنتج. وكان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير على سلوك المستهلك والعوامل الظرفية والمعرفة وشخصية قرارات شراء المنتج والعلامة التجارية الأحذية كونفيرس بلدة مؤسف .

الطريقة التحليلية المستخدمة هي التحليل الوصفي والأساليب الإحصائية التي تستخدم متعددة تحليل الانحدار الخطي، وهو اختبار كبير من التجارب الجزئية في وقت واحد وكبيرة . طريقة تنفيذ تحليل البيانات باستخدام SPSS 16.0 Windows ®. البيانات المستخدمة هي البيانات الأولية والثانوية. تستخدم هذه الدراسة عينة من 70 أفراد العينة التي رسمها أخذ العينات عرضي .

النتائج أظهرت استنادا إلى تحليل الانحدار الخطي متعددة أن المتغيرات الظرفية، والمعرفة، والشخصية تأثير على قرارات الشراء والأحذية كبيرة العلامة التجارية الأحذية كونفيرس كونفيرس العلامة التجارية لشراء من نتائج الانحدار الخطي متعددة يمكن أن نرى أن F المحسوبة $8229 < F$ الجدول في 3.1296 ثم يتم رفض هو وقبلت ها. أو يمكن القول أن المتغيرات المستقلة كبيرة معا (في نفس الوقت) على المتغير التابع. بينما المتغيرات الظرفية جزئيا لها أكبر تأثير على قرارات الشراء الأحذية من العلامة التجارية كونفيرس مقارنة مع المعرفة وشخصية المتغيرات متغير. نتائج المعرض معالجة البيانات القيمة T المحسوبة $3,567 = T >$ الجدول $1,995 = T$ وهو ما يعني أن هو رفض وقبول ها. في حين إذا نرى أهمية أعداد $0.001 > 0.05$ ثم المتغيرات الظرفية تؤثر تأثيرا كبيرا على القرارات الشرائية للمستهلكين.