

**PENGARUH MOTIF, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK
OPPO PADA *COUNTER* RENYA
ROSARY LARANTUKA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



**OLEH
MARIA BENGA OLA
NIM: 32116048**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2020**

LEMBAR PENGESAHAN


**PENGARUH MOTIF, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO PADA *COUNTER*
RENYA ROSARY LARANTUKA**

Yang diajukan oleh:


Nama : Maria Benga Ola
Nim : 321 1648
Jurusan : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

**Telah disetujui oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas
Katolik Widya Mandira Kupang.**

Pembimbing I




Dr. Ec. Gaudensius Djuang, MM
NIDN: 0808015901

Pembimbing II


Anggraeny Paridy, SE, M.Si.
NIDN: 0011036501

Kupang,.....2021

Ketua Program Studi Manajemen,



Rosadulima Tisu, SE, MM
NIDN : 025078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Panitia Ujian Skripsi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Yang diselenggarakan pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 06 Januari 2021
Jam : 02.00 – 04.00 Wita
Tempat : Ruang Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Atas Nama : Maria Benga Ola
Nomor Registrasi : 321 16048
Dinyatakan : **LULUS**

PANITIA PENGUJI SKRIPSI

1. Ketua : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM (.....)
2. Sekretaris : Aggraeny Paridy, SE, MM (.....)
3. Penguji I : Dra Sukamti, MM (.....)
4. Penguji II : Rosadalima Tisu, SE, MM (.....)
5. Penguji III : Drs. Ec, Gaudensius Djuang, MM (.....)

MENGETAHUI


Dekan Fakultas
Ekonomika Dan Bisnis
Josewala Adrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901


Ketua Program Studi
Manajemen
Rosadalima Tisu, SE, MM
NIDN : 0825078305

MOTTO

**“SEMUA IMPIAN KITA BISA TERWUJUD JIKA KITA MEMILIKI KEBERANIAN
UNTUK MENGEJARNYA.**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

Kepada Almarhumayah tercinta, Dominikus Demon dan ibuTheresia Surat yang dengan susah payah bekerja keras membiayai pendidikan penulis dan selalu mendoakan yang terbaik untuk penulis. Kepada saudari Vero Maran yang selalu mendukung dan memberi semangat penulis.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat dan Berkat-Nya sehingga skripsi yang berjudul, “ **Pengaruh Motif, Persepsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka**” dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Menyadari bahwa selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dorongan, motivasi serta bimbingan berbagai pihak luar baik secara langsung maupun tidak langsung, maka dengan ini ucapan terima kasih kepada :

1. Pater Dr. Philipus Tule, SVD selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandira Kupang beserta seluruh staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang dengan baik.
2. Bapak Jou Sewa Adrianus, SE, MM selaku Dekan dan Bapak Daniel Taolin, SE, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ibu Rosadalima Tisu, SE,MM selaku Ketua dan Ibu Maria B.M.G Wutun, SE,MM selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan, motivasi dan masukan yang sangat membantu hingga penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak DRS. Ec. Gaudensius Djuang, MM sebagai dosen pembimbing 1 yang sudah meluangkan waktu dan pikirannya dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si sebagai dosen pembimbing 11 yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam proses penyelesaian skripsi ini.

6. Seluruh Staf pengajar pada Program Studi Manajemen dan seluruh Staf bagian Administrasi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberi ilmu dan membantu dalam menyelesaikan skripsi
7. Pimpinan dan segenap Karyawan Counter Renya Rosari Larantuka yang telah memberi ijin dan member data untuk melakukan penelitian
8. Bapak dan Mama, Kakak dan Adik dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberi doa, nasehat motivasi dan bantuan
9. Terima Kasih sahabat-sahabat Jesika dan Bety yang sudah memberi dorongan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini

Menyadari bahwa dengan keterbatasan kemampuan dan waktu yang Saya miliki, sehingga hasil penelitian ini masih jauh dari harapan kita semua. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan tulisan ini sangat Saya harapkan.

Kupang, Desember 2020

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Pengertian Pemasaran	10
B. Perilaku Konsumen.....	14
C. Keputusan Pembelian.....	20
D. Motif Konsumen	27
E. Persepsi Konsumen.....	31
F. Sikap Konsumen	34
G. Penelitian Terdahulu	38
H. Kerangka Pemikiran.....	40
I. Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN	43
A. Tempat dan Waktu Penelitian	43
B. Populasi dan Sampel	43
C. Jenis Data	44
D. Metode Pengumpulan Data	45
E. Variabel, Definisi Operasional, Indikator	46
F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47
G. Metode Analisis Data	49
DAFTAR PUSTAKA	56

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Smartphone Oppo di Indonesia	5
Tabel 1.2 Data Penjualan Smartphone Oppo Counter Renya Rosari Larantuka.....	6
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator Item Pertanyaan.....	6
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	61
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motif Konsumen.....	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Konsumen.....	66
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	68
Tabel 4.11 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel 4.12 Uji Linearitas Motif Konsumen	71
Tabel 4.13 Uji Linearitas Persepsi Konsumen.....	72
Tabel 4.14 Uji Linearitas Sikap Konsumen.....	73
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas Antar Variabel Bebas	74
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan (Uji T)	77
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F)	79
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	42
Gambar 4.1 Grafik P.Plot Uji Normalitas.....	70
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	7

ABSTRAK

Maria Benga Ola (32116048) dengan judul Penelitian “Pengaruh Motif, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Counter Renya Rosary Larantuka”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Drs Ec. Gaudensius Djuang,MM sebagai pembimbing I dan Anggraeny Paridy,SE,M.Si. sebagai pembimbing II.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana gambaran motif, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian smartphone merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka?, Apakah motif, persepsi, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka?, Apakah motif, persepsi, dan sikap konsumen, secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka?, sementara tujuannya mengetahui gambaran motif, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian handphone merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka secara parsial dan secara simultan.

Metode pengumpulan data penelitian ini berupa kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Tahapan analisis data diawali dengan uji validitas dan reliabilitas dan dilanjutkan dengan analisis statistik deskriptif serta analisis statistik inferensial yang terdiri dari uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda pengujian, pengujian hipotesis statistik hingga penentuan nilai koefisien determinasi (R^2). Adapun tujuan dalam penelitian ini yakni untuk mengetahui: *pertama* gambaran motif, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian handphone merek Oppo pada Counter Renya Rosari Larantuka, *kedua* signifikansi pengaruh motif, persepsi, dan sikap konsumen secara parsial dan secara simultan

Hasil penelitian Penjualan *Smartphone* Oppo dari tahun 2017 sampai pada tahun 2019 mengalami fluktuasi. Selain itu, banyaknya merek *Smartphone* yang bersaing di Indonesia mengakibatkan *Smartphone* merek Oppo mengalami penurunan volume penjualan. Hal tersebut mengindikasikan adanya faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian. Hasil uji deskriptif menunjukkan bahwa kategori persepsi responden tentang seluruh variabel adalah baik. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata persepsi responden yakni sebesar 80.42 untuk variabel motif konsumen, 77.49 untuk persepsi konsumen, 81.71 untuk sikap konsumen, dan 68.72 untuk keputusan pembelian.

Kesimpulan dari hasil analisis bahwa motif konsumen berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t lainnya menyimpulkan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan bukti nilai signifikansi sebesar 0.027 atau lebih kecil dari 0.05. Sementara itu, secara simultan variabel bebas diketahui berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat dengan bukti nilai signifikansi hasil uji simultan (uji F) yakni sebesar 0.000 atau lebih kecil dari tingkat alfa 0.05. Hasil analisis uji F ini juga mendapati besaran pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yakni sebesar 21.9%. Saran dari hasil penelitian ini antara lain diharapkan agar pihak perusahaan Oppo melakukan inovasi baru dengan keunggulan fitur-fitur yang tidak dimiliki oleh *Smartphone* merek lainnya.

Kata Kunci: Motif, Persepsi dan Sikap Konsumen