

**ANALISIS PENGARUH MOTIF, PERSEPSI, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HANDPHONE MEREK OPPO DI TOKO
MULTIMEDIA TRADE CENTER
KOTA KUPANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen**



OLEH:

KLAUDIUS AVRINO JENADUN

NIM: 32115187

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA
KUPANG
2019**

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH MOTIF, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK
OPPO DI TOKO MULTIMEDIAI TRADE CENTER
KOTA KUPANG**

Yang Diajukan Oleh :


Nama : Klaudius Avrino Jenadun
NIM : 32115187
Fakultas : Ekonomika Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

**Telah Disetujui Oleh Tim Pembimbing Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Katolik Widya Mandira Kupang**

Pembimbing I



Pembimbing II


Dra. Sukanti, MM
NIDN : 0817125501


Drs. E. Gaudensius Djuang, MM
NIDN : 0808015901

KUPANG,.....2019

Ketua Program Studi Manajemen,



Rosadafina Tisu, SE, MM
NIDN : 025078305

LEMBAR PERSETUJUAN

Disetujui dan diterima baik oleh panitia Ujian Skripsi Program Studi Manajemen konsentari pemasaran Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah diselenggarakan pada :


Hari/Tanggal : Selasa, 17 Desember 2019
Jam : 11.00 - 13.00
Tempat : Ruang B 111
Atas Nama : Klaudius Avrino Jenadun
NIM : 32115187
Dinyatakan : **Lulus**

Panitia Ujian Skripsi

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

MENGETAHUI


Dekan Fakultas Ekonomika Dan Bisnis
Josewaladrianus, SE, MM
NIDN : 0809055901


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

MOTTO

“Selama Ada Keyakinan, Semua Akan Menjadi Mungkin”

(Klaudius Avrino Jenadun)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. kedua orang tua saya Bapak Wihelmus Mabut, dan Ibu Fransiska Feri, yang telah memberikan kasih sayang hingga saya dewasa, slalu mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.
2. Serta untuk kakak saya Yustinus Hariyanto Madi S.COM, Saudari Yovita Afriani Yani S.FRM, adik Heribertus Syukur. Yang selalu mendoakan dan mendukung saya untuk tetap semangat dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada TUHAN Yang Maha Kuasa karena atas segala berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **“Analisis Pengaruh Motif, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Toko Multimedia Trade Center Kota Kupang** “ dengan baik.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan dalam meraih gelar Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis pada Universitas Katolik Widya Mandira Kupang. Tersusunnya penulisan ini juga tidak terlepas dari uluran tangan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor beserta Staf pimpinan Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan pendidikan di Universitas ini.
2. Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah membantu dalam segala urusan administrasi umum maupun akademik pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.
3. Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang, yang telah memberikan kesempatan dan masukan yang sangat bermanfaat
4. Ibu Dra. Sukamti, MM selaku Dosen Pembimbing I, sekaligus Penguji III, dan Ketua Panitia ujian skripsi yang telah memberikan masukan, perbaikan,

motivasi, dan keluangan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku Pembimbing II, sekaligus Sekretaris Panitia ujian skripsi yang telah memberikan masukan, perbaikan, motivasi dan keluangan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Anggraeny Paridy, SE, M.Si selaku Penguji I, dan Ibu Rosadalima Tisu, SE, MM selaku Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran untuk Perbaikan skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar dan pegawai Fakultas Ekonomika dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Katolik Widya Mandira Kupang yang telah memberikan Pendidikan dan pelayanan Administrasi.
8. Kedua orang tua tercinta serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa
9. Semua pihak yang terlibat memberikan dukungan dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sepenuhnya sempurna, sehingga diharapkan kritikan dan saran dari semua pihak demi penyempurnaan skripsi ini. Kiranya penulisan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan, khususnya Program Studi Manajmen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang.

Kupang,.....2019

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Pemasaran.....	10
B. Perilaku Konsumen.....	11
C. Keputusan Pembelian.....	17
D. Motif Konsumen.....	23
E. Persepsi Konsumen.....	27
F. Sikap Konsumen.....	30

G. Penelitian Terdahulu.....	34
H. Kerangka Pemikiran.....	35
I. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
B. Populasi dan Sampel.....	39
C. Jenis Data.....	40
D. Metode Pengumpulan Data.....	41
E. Variabel Penelitian, Definisi Operasional, dan Indikator.....	42
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
G. Metode Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
A. Karakteristik Responden.....	53
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas	57
C. Analisis Data.....	58
D. pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pangsa Pasar Merek Smartphone Di Indonesia Tahun 2017 Dan Tahun 2018.....	5
Tabel 1.2 Penjualan Smartphone Oppo Pada Cuonter Multimedia Trade Center Di Kota Kupang Tahun 2016-2018.....	6
Tabel 3.1 Variabel, Definisi Operassional, Dan Indikator.....	43
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Motif Konsumen (X1)	59
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Konsumen (X2).....	60
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen (X3).....	61
Tabel 4.10 Persepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	66
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Uji t	68
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	70
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	37
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin penelitian.....	80
Lampiran 2 surat selesai penelitian.....	81
Lampiran 3 kuesioner penelitian.....	82
Lampiran 4 Tabulasi Data penelitian.....	83
Lampiran 5 Uji validitas.....	90
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	95
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.....	98
Lampiran 8 Analisis linear Berganda.....	99
Lampiran 9 Koefisien Determinasi.....	100

ABSTRAK

Kluadius Avrino Jenadun (32115187) “**Analisis Pengaruh Motif, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Toko Multimedia Trade Center Kota Kupang**”. Di bawah bimbingan Ibu Dra. Sukamti, MM selaku pembimbing I dan Bapak Drs. Ec. Gaudensius Djuang, MM selaku pembimbing II.

Sejak bulan April 2013, Oppo mulai memasuki pasar *smartphone* di Indonesia dan melakukan pengenalan sebagai brand elektronik yang berkualitas dan bersaing di pasar internasional. Walaupun berbagai strategi telah dilakukan, *Smartphone* Oppo belum bisa menduduki posisi teratas dalam persaingan *Smartphone* di Indonesia, khususnya di Kota Kupang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. 1) bagaimana gambaran motif, persepsi, sikap konsumen dan keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada Toko Multimedia Trade Center di Kota Kupang? 2) Apakah motif, persepsi, dan sikap konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada Toko Multimedia Trade Center di Kota Kupang? 3) Apakah motif, persepsi dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Oppo pada Toko Multimedia Trade Center di Kota Kupang.

Populasi dalam penelitian ini, yaitu semua konsumen yang membeli *smartphone* pada Toko MTC Kupang, dengan jumlah sampel 105 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental*. Data yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu data primer dan data sekunder, data kualitatif dan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Setelah data dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial

Hasil analisis deskriptif diperoleh jawaban responden terhadap variabel motif 81,83%, variabel persepsi 81,6%, variabel sikap konsumen 83,95%, dan variabel keputusan pembelian 81,6%, dikategorikan baik. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan variabel motif dan variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, dan variabel sikap konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan variabel motif, persepsi dan sikap konsumen secara Bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi 90,2%, ini menerangkan variabel keputusan pembelian merupakan kontribusi dari tiga variabel bebas yakni motif, persepsi, dan sikap konsumen, sedangkan selebihnya yaitu 9,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Disarankan kepada perusahaan *Smartphone* Oppo perlu meningkatkan atau mempertahankan kualitas dari *Smartphone* Oppo, dengan cara menambahkan atau memodifikasi fitur-fitur *Smartphone* Oppo, sehingga meningkatkan persepsi konsumen, agar konsumen terdorong untuk melakukan keputusan pembelian *Smartphone* Oppo.

Kata Kunci : Motif, Persepsi, Sikap Konsumen Dan Keputusan Pembelian