

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dan tak lupa shalawat kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabat dan keluarganya, karena penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan program S-1 Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Telkom Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapat dukungan, perhatian bimbingan, semangat, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis berterima kasih kepada :

- 1) Ibu dan Bapak tercinta yang telah menyekolahkan hingga jenjang pendidikan ini, yang telah memberikan segenap perhatian dan doa serta motivasi tanpa henti.
- 2) Ibu Kristina Sisilia sebagai dosen pembimbing baik formal maupun informal, yang dengan penuh kesabaran meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti serta semangat untuk cepat lulus.
- 3) Ibu Cut Irna dan Ibu Trisha Gilang Saraswati selaku penguji seminar proposal skripsi dan sidang skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk menguji penulis, dan dengan itu pula penelitian peneliti menjadi lebih *detail* dan terarah.
- 4) Adik–adikku tercinta, Ragil dan Boogie yang selalu senantiasa memotivasi dan menghibur dikala penat.
- 5) Ade Susilo, Tutut Ratna, Putra Dwiyana, Pengabdian Cinta, dan Rayid Heryuda yang selalu memberikan keceriaan kepada peneliti dikala penat dengan penelitian.
- 6) Teman–teman semuanya yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang memberikan semangat luar biasa baik secara formal maupun informal.

- 7) Responden pengisi kuesioner rumah tangga Kota Bandung.
- 8) Dan pihak lainnya yang telah membantu penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara moril maupun materil yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Atas segala bantuan baik dalam bentuk moril maupun materil sekali lagi peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak, semoga Allah SWT memberikan balasan yang lebih baik. Amin.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-oihak yang membutuhkan.

Bandung, Agustus 2014

Peneliti,

(Dias Putra Pratama)

NPM : 120310406

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Rumah Tangga	2
1.1.2 Rumah Tangga Golongan A dan Golongan B	3
1.2. Latar Belakang Penelitian	5
1.3. Perumusan Masalah	9
1.4. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4.1 Maksud Penelitian	10
1.4.2 Tujuan Penelitian	10
1.5. Kegunaan Penelitian.....	10
1 Kegunaan Teoritis	10

2 Kegunaan Praktis	11
1.6. Sistematika Penulisan	11

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian	13
2.1.1 Barang Elektronik	13
2.1.2 Pemasaran	14
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
1. Faktor Kultur.....	17
2. Faktor Sosial	18
3. Faktor Pribadi.....	19
4. Faktor Psikologi	20
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	21
a. Pengenalan Masalah atau Kebutuhan.....	23
b. Pencarian Informasi	25
c. Evaluasi Alternatif.....	26
d. Pembelian.....	28
e. PascaPembelian	29
2.1.5 Segmentasi Socio Economic Status (SES)	31
2.2. Penelitian Terdahulu.....	32
2.3. Kerangka Pemikiran	40
2.4. Hipotesis Penelitian	42
2.5. Ruang Lingkup Penelitian	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Variabel Operasional.....	45
3.3. Tahap Penelitian.....	47
3.4. Teknik Sampling	48
3.4.1 Populasi	48
3.4.2 Sampel.....	48
3.5. Pengumpulan Data	51
3.5.1 Data Primier	51
3.5.2 Data Sekunder	51
3.5.3 Teknik Pengambilan Data	51
3.6. Uji Validitas dan Reliabelitas.....	52
3.6.1 Uji Validitas	52
3.6.2 Uji Reliabelitas	54
3.7. Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	55
3.7.2 Skala Pengukuran	56
3.7.3 Transformasi Data dari Ordinal Menjadi Interval	57
3.7.4 Uji Normalitas	58
3.7.5 Uji Homogenitas.....	58
3.8. Uji Hipotesis	59
3.8.1 Analisis Varian Satu Jalan.....	59

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Karakteristik Responden.....	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Di Rumah	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	65
4.2. Hasil Penelitian.....	66
4.2.1 Analisis Proses Keputusan Pembelian Yang Dilakukan Rumah Tangga Golongan A dan Golongan B Dalam Memilih Jasa Perbaikan Barang Elektronik Rumah Tangga Yang Terpasang Di Dapur.....	66
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
4.3.1 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI)	96
4.3.2 Uji Normalitas.....	96
4.3.3 Uji Homogenitas	97
4.3.4 <i>One Way Anova</i>	98
4.3.5 Turkey.....	99

BAB IV METODE PENELITIAN

5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA.....	111
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pembagian Kelas Sosial Berdasarkan SES Level	4
Tabel 1.2	Pembagian golongan rumah tangga	4
Tabel 1.3	Pembagian Kelas SES AC Nielsen	7
Tabel 1.4	Presentase jumlah rumah tangga setiap level SES Kota Bandung.....	8
Tabel 1.5	Pembagian golongan rumah tangga	9
Tabel 2.1	Model terperinci perilaku konsumen	16
Tabel 2.2	Pembagian kelas level SES	31
Tabel 2.3	Artikel jurnal Nasional.....	37
Tabel 2.4	Artikel jurnal Internasional	38
Tabel 3.1	Variabel Operasional.....	46
Tabel 3.2	Total Populasi	49
Tabel 3.3	Jumlah sampel proporsional.....	50
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 3.5	Hasil Reliabilitas	54
Tabel 3.6	Kategori Interpretasi Skor	56
Tabel 3.7	Instrumen Skala Likert.....	57
Tabel 3.8	Anova	60
Tabel 4.1	Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pengenalan Masalah	67
Tabel 4.2	Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pencarian Informasi	72

Tabel 4.3 Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Evaluasi Alternatif.....	75
Tabel 4.4 Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pembelian	78
Tabel 4.5 Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pasca pembelian.....	81
Tabel 4.6 Jawaban Responden Golongan B Terhadap Sub Variabel Pengenalan Masalah.....	83
Tabel 4.7 Jawaban Responden Golongan B Terhadap Sub Variabel Pencarian Informasi	88
Tabel 4.8 Jawaban Responden Golongan B Terhadap Sub Variabel Evaluasi Alternatif.....	91
Tabel 4.9 Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pembelian	94
Tabel 4.10 Jawaban Responden Golongan A Terhadap Sub Variabel Pasca pembelian.....	97
Tabel 4.11 <i>Test of Homogeneity of Variances</i>	99
Tabel 4.12 Anova	101
Tabel 4.13 <i>Multiple Comparisons</i>	102
Tabel 4.14 Perbedaan dan Persamaan Proses Keputusan Pembelian	103

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen	17
Gambar 2.2	Lima tahap proses keputusan pembelian.....	22
Gambar 2.3	Tahapan proses keputusan pembelian konsumen.....	30
Gambar 2.4	Kerangka pemikiran	41
Gambar 3.1	Tahapan penelitian	47
Gambar 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	47
Gambar 4.2	Karakteristik responden berdasarkan status di rumah.....	47
Gambar 4.3	Karakteristik responden berdasarkan umur	47
Gambar 4.4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil wawancara
- Lampiran 3 : Jawaban Kuesioner
- Lampiran 4 : Hasil MSI
- Lampiran 5 : Tabel Distribusi F Probabilita = 0,05