

SKRIPSI

DWI YANTI ADININGGAR

**PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF EMOSIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
SANDAL ARDILES DI SURABAYA**



No. INDUK	1364 / 01
TGL TERIMA	13. 4. 00
E / I F / D / H	
No. BUKU	FE-m A8: PM-1
K P KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000**

**PENGARUH MOTIF RASIONAL DAN MOTIF EMOSIONAL
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SANDAL ARDILES
DI SURABAYA**

SKRIPSI
diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen

OLEH:
Dwi Yanti Adininggar
3103096032

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
Pebruari 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh Motif Rasional dan Motif Emosional terhadap keputusan Pembelian pada Sandal Ardiles Di Surabaya yang ditulis oleh Dwi Yanti Adininggar telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



FX. Suyono

Pembimbing I: Drs. Ec. FX. Suyono Suryobenowo

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **DWI YANTI ADININGGAR NRP: 3103096032**

Telah disetujui pada tanggal *29 Februari 2020* Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



Drs. Ec. Tri Harjono

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM.



Drs. Ec. Rido Tanago, MBA.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sandal Ardiles Di Surabaya”.

Didalam menyusun skripsi ini, penulis telah mendapatkan dukungan, bantuan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Dra. Ec. Chr. Whidya Utami, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Drs. Ec. Fx. Suyono Suryobenowo, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan sumbangan pemikiran dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Sentot Suhardi selaku Kepala Bagian Umum perusahaan PT. SS Utama Surabaya, yang telah memberikan bantuan kepada penulis atas keterangan-keterangan yang diperlukan dalam rangka penyusunan skripsi ini.

5. Kedua orang tuaku, kakakku serta adik-adikku yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Semua teman-teman yang telah membantu penulis didalam menyusun skripsi ini hingga selesai.

Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun penulis harapkan.

Sebagai akhir kata, mudah-mudahan dengan terselesaikan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan atau setidaknya dapat dipakai sebagai bahan pembanding dan pelengkap ilmu pengetahuan yang telah ada.

Surabaya, Pebruari 2000

Penyusun

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
ABSTRAST.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Landasan Teori.....	8
2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.2.2. Pengertian Motivasi.....	11
2.2.3. Motif Pembelian.....	13

2.2.3.1. Pengertian Motif Pembelian.....	13
2.2.3.2. Peran Motif Pembelian.....	15
2.2.3.3. Klasifikasi Motif Pembelian.....	16
2.2.4. Motif Rasional dan Motif Emosional.....	17
2.2.5. Keputusan Pembelian.....	20
2.2.6. Hubungan Motif Rasional, Motif Emosional dan Keputusan Pembelian.....	24
2.3. Hipotesis.....	26
2.4. Model Analisis.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Desain Penelitian.....	28
3.2. Identifikasi Variabel.....	28
3.3. Definisi Operasional.....	28
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4.1 Jenis Data.....	30
3.4.2. Sumber Data.....	31
3.5. Pengukuran Data.....	31
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	32
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel....	32
3.8. Teknik Pengambilan Data.....	32
3.9. Teknik Analisis Data.....	33

3.9.1. Analisa Regresi Linear Berganda.....	33
3.9.2. Analisa Korelasi Berganda Berserta Ujinya.....	34
3.9.3. Analisa Korelasi Parsial Berserta Ujinya.....	36
3.10. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	38
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1. Gambaran umum Perusahaan.....	41
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	41
4.1.2. Lokasi Perusahaan.....	43
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.2. Deskripsi Data.....	51
4.3. Analisis Data.....	53
4.4. Pembahasan.....	54
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

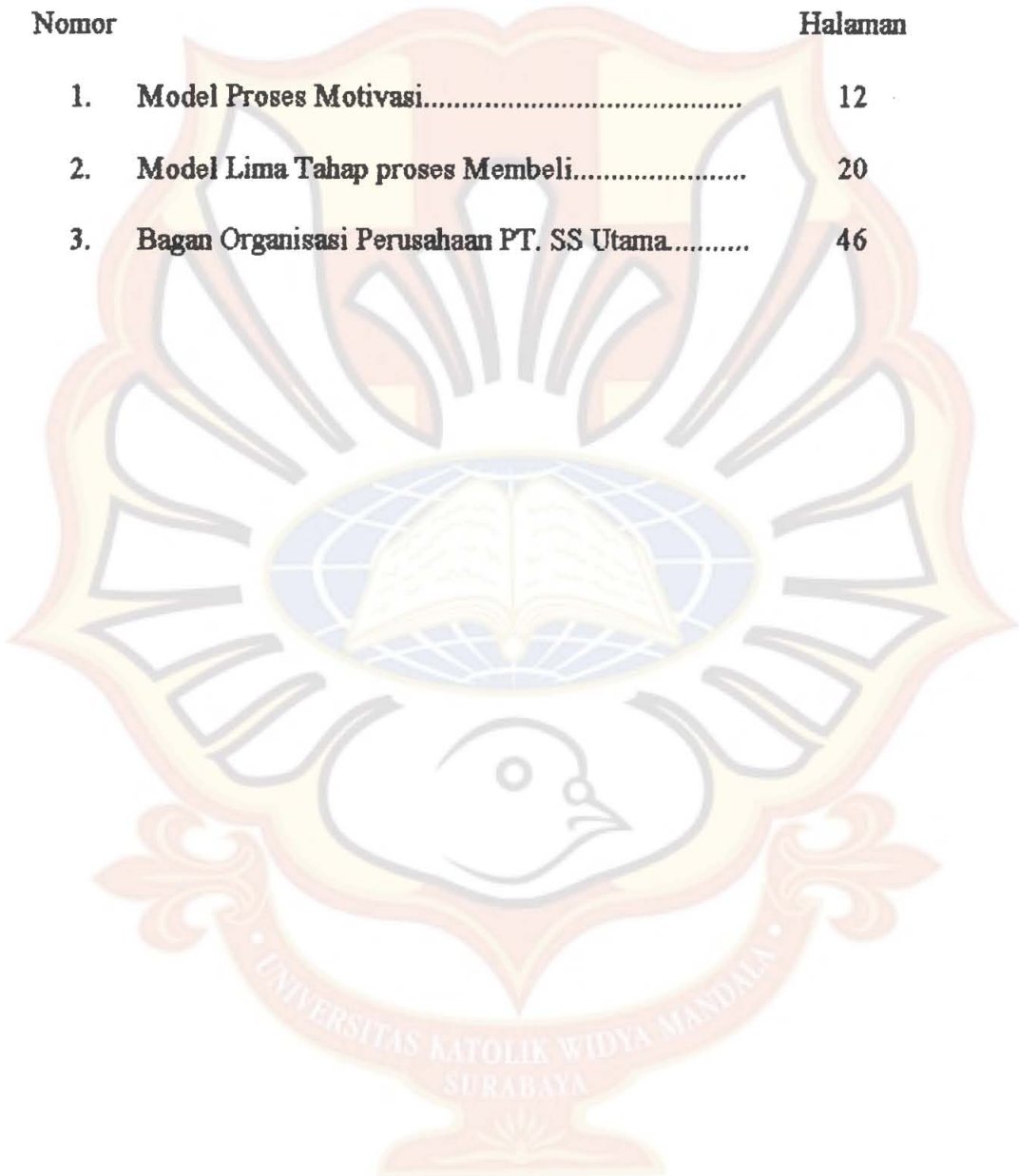
DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Data Responden Pada Penelitian Sandal Ardiles.....	52
2. Responden Yang Membeli Sandal Ardiles di Surabaya....	52



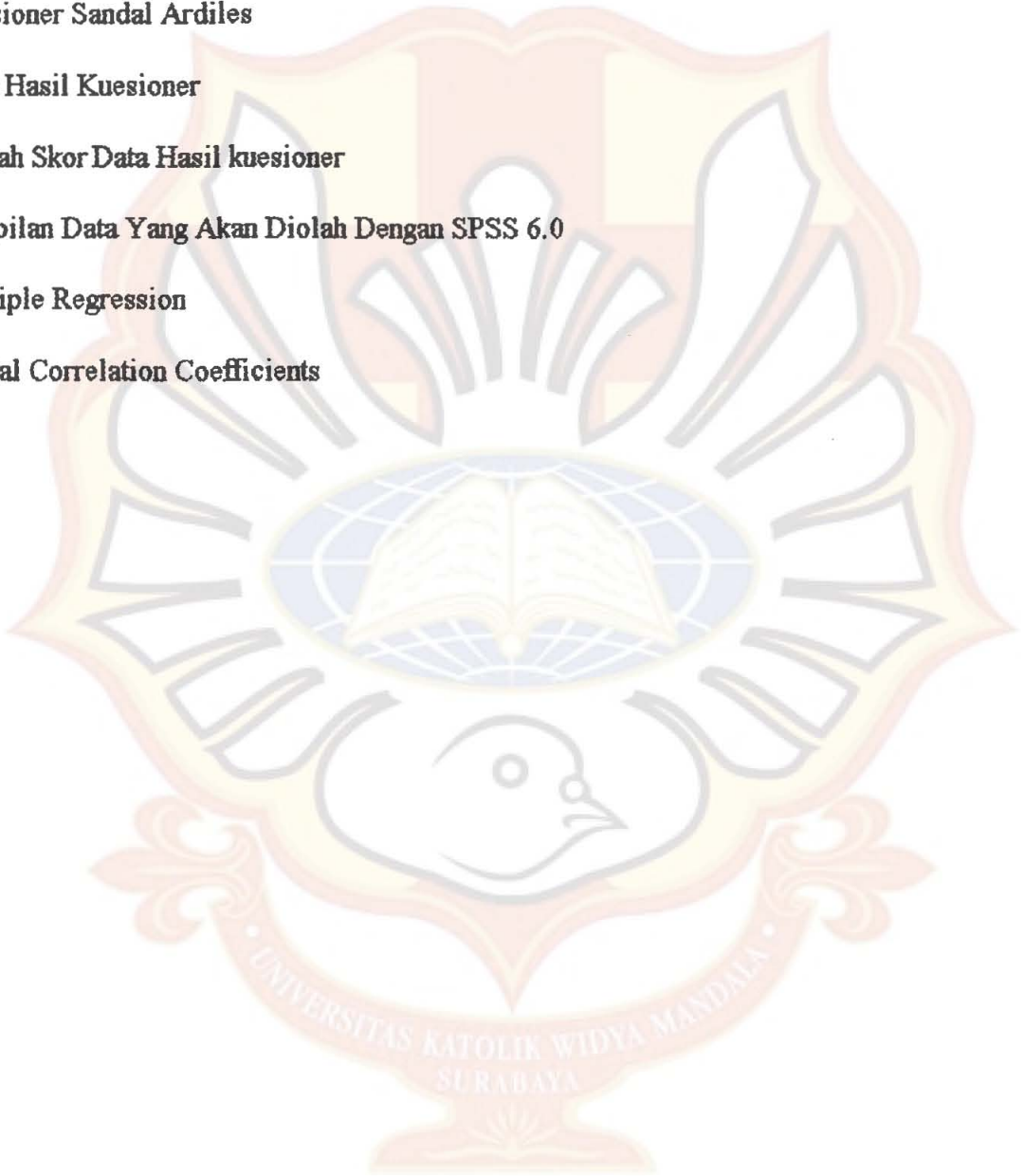
DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
1.	Model Proses Motivasi.....	12
2.	Model Lima Tahap proses Membeli.....	20
3.	Bagan Organisasi Perusahaan PT. SS Utama.....	46



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Sandal Ardiles
2. Data Hasil Kuesioner
3. Jumlah Skor Data Hasil kuesioner
4. Tampilan Data Yang Akan Diolah Dengan SPSS 6.0
5. Multiple Regression
6. Partial Correlation Coefficients



ABSTRASTASI

Penelitian yang dilakukan berjudul "Pengaruh Motif Rasional Dan Motif Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sandal Ardiles Di Surabaya. Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serentak terhadap keputusan pembelian dan diantara motif rasional dengan motif emosional manakah yang memiliki pengaruh paling dominan.

Berdasarkan pokok permasalahan diatas maka timbullah dua hipotesis, yang menyatakan bahwa diduga ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serentak terhadap keputusan pembelian. Sedangkan hipotesis kedua menyatakan bahwa diduga pengaruh motif rasional lebih dominan terhadap keputusan pembelian.

Pada hipotesis pertama yang menggunakan uji F untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serempak terhadap keputusan pembelian. Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 9.26116 > F_{tabel} sebesar 3,15 artinya bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara motif rasional dan motif emosional secara serempak terhadap keputusan pembelian pada sandal ardiles di Surabaya.

Hipotesis kedua menggunakan koefisien korelasi parsial yang berguna untuk mengetahui diantara motif rasional dan motif emosional manakah yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan bahwa motif rasional memberikan pengaruh sebesar 0.3599 (12.95%) dan motif emosional memberikan pengaruh sebesar 0.3327 (11,07%) terhadap keputusan pembelian. Jadi motif rasional memiliki pengaruh yang paling dominan dibandingkan motif emosional terhadap keputusan pembelian.