

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:
Tommy Juanda
NRP: 7103012027

**Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya
2015**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Psikologi



OLEH:
Tommy Juanda
NRP: 7103012027

**Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Widya Mandala
Surabaya
2015**

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini, saya

Nama : Tommy Juanda

NRP : 7103012027

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa hasil skripsi saya yang berjudul:

“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA”

benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa skripsi tersebut ternyata merupakan hasil plagiat dan/atau hasil manipulasi data, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pembatalan kelulusan dan/atau pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh, serta menyampaikan permohonan maaf pada pihak-pihak terkait.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 13 Januari 2015

Yang menyatakan,



Tommy Juanda

HALAMAN PERSETUJUAN

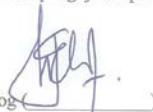
SKRIPSI

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI
MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA

Oleh:
Tommy Juanda
NRP: 7103012027

Telah dibaca, disetujui, dan diterima untuk diajukan ke tim penguji skripsi

Pembimbing: Herlina E. Subandriyo P., M. Psi., Psikolog



Surabaya, 13 Januari 2015

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Tommy Juanda

NRP : 7103012027

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya yang berjudul:

“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA”

Untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 13 Januari 2015

Yang menyatakan,

Tommy Juanda

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Psikologi


pada tanggal 22 Desember 2015

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi,



(Antonina Yuni Apsari, M. Si., Psikolog)

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Nurlaila Effendy, M. Si. 
2. Sekretaris : Made D. Rama A., M. Psi., Psikolog. 
3. Anggota : Elisabet W.H, M. Psi., Psikolog. 
4. Anggota : Herlina E. Subandriyo P., M. Psi., Psikolog 

HALAMAN PERSEMBAHAN

**KARYA INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA BAPA
DI SURGA,
PAPA, MAMA DAN KAKAK TERCINTA
SEGENAP DOSEN FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS
KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
DAN PARA SAHABAT
YANG TELAH BANYAK MEMBANTU DALAM
PENULISAN KARYA INI**

HALAMAN MOTTO

**Never Stop Dreaming,
Life Can Go From Zero To A Hundred Real Quick**

Janganlah berfokus kepada orang lain tetapi berfokuslah kepada diri sendiri, karena berfokus dengan orang lain tidak akan menghasilkan apa – apa.

**Apabila kita menginginkan sesuatu yang besar,
berjuanglah satu langkah lebih maju daripada orang – orang disekeliling kita.**

UNGKAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini, yang berjudul FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA. Skripsi ini penulis susun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Secara keseluruhan Skripsi ini berisi tentang penelitian terhadap faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli mobil Porsche di Surabaya. Porsche sendiri merupakan brand otomotif dari Jerman yang memproduksi mobil - mobil mewah, sehingga para konsumen pengguna mobil Porsche merupakan orang – orang yang berpenghasilan tinggi. Dalam membeli mobil Porsche konsumen akan dipengaruhi oleh banyak faktor yang akan dibahas dalam penelitian ini.

Terselesaikannya Skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan juga dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu tidak ada salahnya bila peneliti mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmatNya peneliti bisa menyelesaikan laporan ini dengan baik.
2. Orangtua saya yang paling saya cintai, Bapak Juanda dan Ibu Lanawaty, terimakasih banyak atas doa maupun semangat yang telah diberikan hingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

3. Ibu Herlina Eka Subandriyo Putri, M.Psi. yang merupakan dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran memberikan saran serta ilmunya hingga Skripsi ini dapat selesai dengan baik.
4. Ibu Dr. Nurlaila Effendy, M.Si. yang merupakan dosen bidang minat Psikologi Industri Organisasi yang selalu memberikan masukan dan ilmunya sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Bapak Pius dan kakak Yulia dari pihak Porsche yang selalu membantu saya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan laporan Skripsi ini.
7. Selain itu kepada teman-teman saya Inge, Jonny, Denny dan Yeremia yang selalu mendukung saya sehingga tetap rajin dan berjuang dalam mengerjakan proposal skripsi ini. Lalu kepada kakak saya Ervina, Carolline dan juga Cindy yang selalu mendukung saya dalam menyelesaikan penulisan laporan Skripsi ini, dan seluruh teman-teman Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang tidak bisa di sebutkan satu persatu.
8. Berbagai pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu yang sangat membantu peneliti dalam penyusunan Skripsi ini. Semoga Tuhan yang Maha Esa selalu menyertai dan memberikan berkat kepada kalian semua. Peneliti tidak

menutup kemungkinan ada kekurangan dalam penulisan Skripsi ini. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Semoga adanya Skripsi ini dapat memberi manfaat dan referensi bagi pembaca terutama adik-adik angkatan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 07 Desember 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Surat Pernyataan	iii
Halaman Persetujuan	iv
<u>Lembar Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah</u>	v
<u>Halaman Pengesahan</u>	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Halaman Motto	viii
Ungkapan Terimakasih.....	viii
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Diagram	xvii
Daftar Lampiran	xviii
Abstraksi	xviii
<i>Abstract</i>	xixi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Batasan Masalah	11
1.3. Rumusan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian	12
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	12
1.5.2. Manfaat Praktis.....	12

1.5.2.1. Bagi Perusahaan Automotif	12
1.5.2.2. Bagi Perusahaan Porsche	12
BAB II. LANDASAN TEORI	13
2.1. Definisi <i>Decision Making</i>	13
2.2. <i>Decision Making Proses</i>	13
2.2.1. <i>Input</i>	16
2.2.2. <i>Process</i>	18
2.3. <i>Consumer Decision-Making Style</i>	20
2.4. <i>Consumer Style Inventory</i>	22
2.4.1. <i>Faktor Consumer Style Inventory (CSI)</i>	22
2.5. Pengaruh Faktor <i>Consumer Style Inventory (CSI)</i> Terhadap Pengambilan Keputusan Membeli.....	25
2.6. Hipotesis	28
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1. Identifikasi Variabel	29
3.2. Definisi Operasional	30
3.2.1. Definisi Operasional Faktor <i>Consumer Style Inventory</i> (CSI)	31
3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4. Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1. Blue Print	35
3.5. Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1. Validitas	36
3.5.2. Reliabilitas	36
3.6. Teknik Analisa Data	37

3.7. Etika Penelitian	38
BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	39
4.1. Orientasi Kacah Penelitian.....	39
4.2. Persiapan Pengambilan Data	40
4.2.1. Persiapan Penelitian.	41
4.2.2. Persiapan Alat Ukur.	42
4.2.3. Persiapan Penyebaran Kuesioner.	43
4.2.2.1. Uji Validitas	44
4.2.2.2. Uji Reliabilitas	46
4.2.2.3. Deskriptif	47
4.3. Analisis Faktor.....	49
4.3.1. Output 1 : <i>KMO and Bartlett's Test</i>	51
4.3.2. Output 2 : <i>Anti-Images Matrices</i>	53
4.3.3. Output 3 : <i>Communalities</i>	55
4.3.4. Output 4 : <i>Total Variance Explained</i>	57
4.3.5. Output 5 : <i>Scree Plots</i>	59
4.3.6. Output 6 : <i>Component Matrix</i>	60
4.3.7. Output 7 : <i>Rotated Component Matrix</i>	61
4.3.8. Output 8 : <i>Component Transformation Matrix</i>	64
4.3.9. Output 9 : <i>Component Plot in Rotated Space</i>	65
4.4. Data Responden Pengguna Porsche.....	66
BAB V. PEMBAHASAN.....	76
5.1. Bahasan.....	76
5.2. Simpulan.....	81
5.3. Saran	82

DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.2. Data Penjualan Mobil Porsche Surabaya	3
Tabel 2.1. <i>A Model Of Consumer Decision Making</i>	15
Tabel 2.2. <i>Consumer Decision-Making Style</i>	21
Tabel 3.1. Penjelasan Skor Aitem.....	34
Tabel 3.2. <i>Blue Print</i>	35
Tabel 4.1. Validitas CSI (<i>Consumer Style Inventory</i>)	45
Tabel 4.1.1. Validitas CSI (<i>Consumer Style Inventory</i>)	45
Tabel 4.2. Reliabilitas CSI (<i>Consumer Style Inventory</i>)	46
Tabel 4.3. Deskriptif	47
Tabel 4.4. <i>KMO and Bartlett's Test</i>	51
Tabel 4.5. <i>Anti-Images Matrices</i>	53
Tabel 4.6. <i>Communalities</i>	55
Tabel 4.7. <i>Total Variance Explained</i>	57
Tabel 4.8. <i>Component Matrix</i>	60
Tabel 4.9. <i>Rotated Component Matrix</i>	61
Tabel 4.10. <i>Component Transformation Matrix</i>	64

DAFTAR DIAGRAM

	Halaman
Diagram 1.1. Pertumbuhan Ekonomi Kota Surabaya	2
Diagram 4.1. <i>Scree Plots</i>	59
Diagram 4.2. <i>Component Plot in Rotated Space</i>	65
Diagram 4.3. Data Usia Subjek.	66
Daigram 4.4. Data Jenis Kelamin Subjek	67
Diagram 4.5. Data Etnis Subjek.....	68
Diagram 4.6. Data Pekerjaan Subjek	69
Diagram 4.7. Data Pendapatan Subjek	70
Diagram 4.8. Data Jenis Mobil Subjek	71
Diagram 4.9. Data Harga Mobil Subjek	72
Diagram 4.10. Data Tahun Mobil Subjek.....	73
Diagram 4.11. Data Pembelian Mobil Dari Baru / Bekas Oleh Subjek	74
Diagram 4.12. Data Cara Membeli Mobil Oleh Subjek.....	75

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Coding Aitem Try Out Kategorisasi Skala CSI.....	88
Lampiran B. Coding Aitem Try Out Kategorisasi Skala CSI.....	90
Lampiran C. Uji Reliabilitas Skala CSI.....	93
Lampiran D. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 1.	93
Lampiran E. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 2.....	97
Lampiran F. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 3.....	100
Lampiran G. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 4.	102
Lampiran H. Coding Aitem Kategorisasi Skala CSI	105
Lampiran I. Coding Aitem Kategorisasi Skala CSI.....	107
Lampiran J. Uji Reliabilitas Skala CSI.....	110
Lampiran K. Deskriptif.....	112
Lampiran L. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 1.....	113
Lampiran M. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 2.....	116
Lampiran N. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 3.	118
Lampiran O. Uji Analisis Faktor Skala CSI Putaran 4.	121

Tommy Juanda (2015). “FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMBELI MOBIL MEREK PORSCHE DI SURABAYA”, **Skripsi Sarjana Strata 1.** Fakultas Psikologi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

ABSTRAKSI

Porsche adalah perusahaan yang menjual mobil mewah dengan kapasitas mesin besar serta desain mobil pendek yang seharusnya digunakan di jalan bebas hambatan dan rata. Sedangkan Kota Surabaya merupakan kota terbesar nomer 2 di Indonesia dengan tingkat kemacetan yang tinggi dan juga jalan yang bergelombang. Kesenjangan inilah yang ingin dilihat oleh peneliti dengan melihat faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam menentukan keputusannya membeli mobil Porsche dengan menggunakan faktor CSI (*Consumer Style Inventory*). Subjek penelitian (N=50) adalah konsumen pengguna mobil Porsche antara tahun 2010 - 2015 yang berdomisili di Kota Surabaya. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *purposive sampling* dengan menggunakan metode skala . Data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik analisis faktor. Hasil analisis menunjukkan adanya 5 variabel yang terbagi menjadi 2 faktor yaitu faktor 1 Sekunder (*Price* dan *Confused*) dan faktor 2 Tersier (*Perfectionist*, *Novelty*, dan *Impulsive*). 2 faktor inilah yang paling mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli mobil Porsche di Surabaya.

Kata kunci : Porsche, Kemacetan, Pengambilan keputusan, *Consumer Style Inventory*.

Tommy Juanda (2015). “CONSUMERS FACTORS IN BUYING PORSCHE CARS IN SURABAYA”, **Undergraduate Thesis.** Faculty of Psychology Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.

ABSTRACT

Porsche is a luxurious car company whose products are aimed to be driven on highways and roads with good condition due to the design and the engine of the cars. However, the condition of roads and traffic congestion in Surabaya, as the second biggest city in Indonesia, are ironically far from that. This study aims to scrutinize such gaps by looking at the factors that make the consumers bought Porsche using CSI (Consumer Style Inventory). The subjects of the research (N=50) are the ones who have been using Porsche from 2010 to 2015 in Surabaya. Purposive sampling was conducted by using scale. In analyzing the data, factor analysis was applied. The finding of this study accounts that there are two factors which are divided into five variables, they are secondary factor 1 (Price and Confused) and tertiary factor 2 (Perfectionist, Novelty, and Impulsive). These two factors are the reason for the consumers in buying Porsche cars in Surabaya.

Keywords: Consumer Style Inventory, Decision making, Porsche, Traffic congestion