

**PENGARUH HARGA, PENGALAMAN KONSUMEN DAN
KONFORMITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – STRATA 1



UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

2020

**PENGARUH HARGA, PENGALAMAN KONSUMEN DAN
KONFORMITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE
PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN – STRATA 1



OLEH:

NAMA : PENDI NUGROHO

NIM : 041601503125089

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JAKARTA

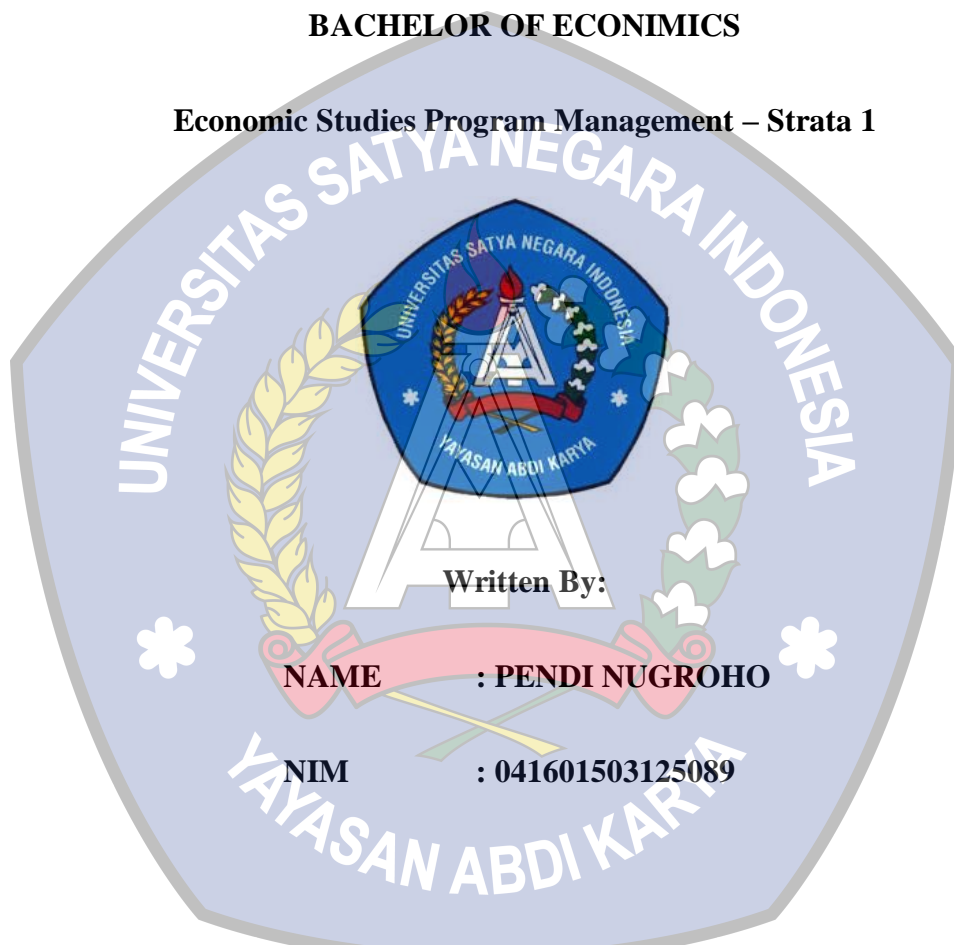
2020

**THE EFFECT OF PRICE, CUSTOMER EXPERIENCES, AND
CONFORMITY IN IPHONE PURCHASING DECISIONS FOR COLLEGE
STUDENTS IN SOUTH JAKARTA**

Presented as One of the Conditions for Obtaining Degree

BACHELOR OF ECONIMICS

Economic Studies Program Management – Strata 1



Written By:

NAME : PENDI NUGROHO

NIM : 041601503125089

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2020

**THE EFFECT OF PRICE, CUSTOMER EXPERIENCES, AND
CONFORMITY IN IPHONE PURCHASING DECISIONS FOR COLLEGE
STUDENTS IN SOUTH JAKARTA**

THESIS

The Study Program: Management



Written By:

NAME : PENDI NUGROHO

NIM : 041601503125089

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS

SATYA NEGARA INDONESIA UNIVERSITY

JAKARTA

2020

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

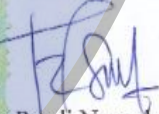
Nama : Pendi Nugroho
NIM : 041601503125089
Program Studi : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri dan seluruh skripsi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 03 Agustus 2020




Pendi Nugroho

(041601503125089)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : PENDI NUGROHO
NIM : 041601503125089
JURUSAN : MANAJEMEN
KOSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPS : PENGARUH HARGA, PENGALAMAN KONSUMEN,

DAN KONFORMITAS TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA DI

JAKARTA SELATAN

TANGGAL UJIAN : 07 Agustus 2020

JAKARTA, 03 Agustus 2020

Dosen Pembimbing II

Dosen Pembimbing I

(Yosi Stefhani, SE, MM)

(Dr. Subagiyo, SE, MM)

YAYASAN ABDI KARYA

Dekan

Ketua Jurusan

(GL. Herry Prasetya, SE, MM)

(Yuslinda Nasution, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**PENGARUH HARGA, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN KONFORMITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA DI
JAKARTA SELATAN**

OLEH:

NAMA : PENDI NUGROHO

NIM : 041601503125089

Telah dipertahankan didepan Penguji pada Tanggal 07 Agustus 2020.

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Ketua Penguji Pembimbing I

(Dr. Subagiyo, SE, MM)

Anggota Penguji

(Lucy Nancy, SE, MM)

Anggota Penguji

(Yoslinda Nasution, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat ALLAH SWT atas berkah, rahmat, dan hidayahnya yang senantiasa dilimpahkan kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH HARGA, PENGALAMAN KONSUMEN, DAN KONFORMITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang peneliti hadapi namun pada akhirnya peneliti dapat melaluinya berkat bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Merry L. Panjaitan, MM, MBA, selaku Rektor Universitas Satya Negara Indonesia.
2. Bapak GL. Herry Prasetya, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Satya Negara Indonesia
3. Ibu Yuslinda Nasution, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi.
4. Bapak Dr. Subagiyo, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dosen yang baik, sabar, dan memiliki aura tenang yang telah membimbing peneliti

dan memberikan materi serta waktunya sehingga skripsi ini berjalan dengan baik.

5. Ibu Yosi Stefhani, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan penjelasan dalam skripsi ini hingga selesai.
6. Seluruh Dosen Universitas Satya Negara Indonesia yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti serta seluruh staff yang tidak bisa peneliti disebutkan satu persatu.
7. Bapak Sehono dan Ibu Painem, selaku orang tua tercinta yang selalu memberikan peneliti cinta kasih yang murni, doa, dan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini, serta dukungan baik moril, spiritual, dan materi yang tidak terhitung.
8. Rakim Setyawan, adik saya tersayang yang selalu memberikan semangat peneliti dengan cara dia.
9. Keluarga besar Bapak Silan Derjo Sumarto dan keluarga besar Bapak Marto Pawiro, yang memberikan dukungan moril, Spiritual, dan materi.
10. HOHAHOE (Maharani, Indah Puspita Sari, Retno Putri Karliana, Rica Ameliah), yang selalu ada di samping peneliti untuk menawarkan bantuan, selalu menghibur saat peneliti stress, dan memberikan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

11. Puput Sarintiya, Pina Ernawati, Hilda Pratiwi, Kristi Widyanik, Rismaningsih dan teman teman dari Angkatan 2016 yang selalu memberikan semangat.
12. Akbar Lazuardy, Aldy Alfian, Alfiani, dan teman-teman yang bersedia menyebarkan kuesioner dari peneliti.
13. Serta seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan ini, baik dalam tata penulisan dan susunan kata-kata, pembahasan yang singkat dan keterbatasan pengetahuan serta kemampuan peneliti dalam mengelola hasil penelitian skripsi. oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Jakarta, 01 Agustus 2020

Peneliti

(Pendi Nugroho)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Harga, Pengalaman Konsumen, dan Konformitas terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Mahasiswa di Jakarta Selatan”. Penelitian ini menggunakan Penelitian Kausal, untuk populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa di Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan bertemu. Metode analisis data yang digunakan menggunakan bantuan *Software SPSS 25.0 for window*. Hasil penelitian secara simultan (uji F) menunjukkan terdapat pengaruh antara Variabel Harga (X1), Pengalaman Konsumen (X2), dan Konformitas (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Secara parsial (uji t) Variabel Harga (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), Variabel Pengalaman Konsumen (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan Variabel Konformitas tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kontribusi semua Variabel *Independent adjusted R square* sebesar 35% terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya sebesar 65% dipengaruhi oleh Variabel Lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Pengalaman Konsumen, Konformitas, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine "The Effect of Price, Consumer Experience, and Conformity on iPhone Purchasing Decisions on Students in South Jakarta". This study uses causal research, for the population in this study, namely students in South Jakarta. The sampling technique uses accidental sampling, which is a sampling technique based on chance meeting. Data analysis method used is using SPSS 25.0 for window software. The results of the simultaneous study (F test) showed that there was an influence between Price Variables (X1), Consumer Experience (X2), and Conformity (X3) on Purchasing Decisions (Y). Partially (t test) Price Variable (X1) influences Purchasing Decision (Y), Consumer Experience Variable (X2) influences Purchasing Decision (Y), and Conformity Variable has no effect on Purchasing Decision (Y). The contribution of all Independent adjusted R square variables was 35% to the Purchasing Decision, while the remaining 65% was influenced by other variables not included in this study.

Keywords: Price, Consumer Experience, Conformity, and Purchasing Decisions

