

SKRIPSI

**PENGARUH KELOMPOK RUJUKAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN LAPTOP MEREK TOSHIBA (STUDI KASUS MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU)**



DISUSUN OLEH :

MARYONO

10871002106

**PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2013**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MARYONO
NIM : 10871002106
Jurusan : Manajemen (SI)
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : PENGARUH KELOMPOK RUJUKAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP MEREK TOSHIBA
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU)
Hari/Tanggal : 4 Juli 2014

PANITIA

KETUA

DRS. ALPIZAR, M.Si
NIP: 19640625 199203 1 004

SEKRETARIS

RATNA DEWI, S. Sos, M.Si
NIP: 19811030 200710 2 004

ANGGOTA

PENGUJI I

RIKI HANRI MALAU, SE, MM
NIP: 9710124 200701 1 020

PENGUJI II

DIANA ERAVIA, SE, M.Si
NIP: 19730106 200701 2 013

ABSTRAK

MARYONO, *Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau). Dibawah bimbingan Doni Martias SE, MM*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelompok rujukan terhadap keputusan pembelian laptop merek toshiba dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Untuk mencapai tujuan tersebut dilakukan penelitian dengan mengambil sampel sebanyak 79 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau. Model analisis yang digunakan adalah model Analisis Regresi Berganda, sedangkan untuk pengujian hipotesisnya menggunakan uji statistik yaitu uji F, uji t, dan uji determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis yang dijelaskan dalam pembahasan terbukti bahwa semua variabel dalam kelompok rujukan dapat mempengaruhi keputusan pembelian laptop merek toshiba. Berdasarkan Statistik F_{hitung} menunjukkan bahwa secara simultan atau serentak variabel Kelompok persahabatan, Kelompok belanja, Kelompok kerja, Kelompok masyarakat maya dan Kelompok pegiat konsumen mempengaruhi Keputusan pembelian laptop merek toshiba pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau. Variabel Kelompok persahabatan mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan pembelian laptop merek toshiba dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.

Kata Kunci : Kelompok Rujukan, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Kelompok Rujukan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU).**

Shalawat beserta salam untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat serta pengikutnya yang telah istiqomah dalam menjalankan syari'atnya hingga akhir zaman.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Teristimewa penulis ucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Dwi Suwandi dan Ibunda Suwarni, Terima kasih atas kasih sayang, doa, motivasi dan dukungannya selama penulis menjalani perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Mahendra Romus, Sp. M.Ec, selaku Dekan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Mulia Sosiadi SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Doni Martias SE, MM selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis dalam penyelesaian serta kesempurnaan skripsi ini.
5. Ibu Umi Rachmah Damayanti SE, MM selaku Penasehat Akademis, yang telah memberikan nasehat dan motivasi kepada penulis selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan.
6. Seluruh staf pengajar dan staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan kesempatan dan informasi-informasi yang dibutuhkan penulis guna menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk mbak Sriyanti dan adik-adik terkasih Tri Hastono dan Istiyarto, terima kasih atas semua doa, dukungan dan bantuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
8. Buat Vivi Susanti, terima kasih karna telah banyak membantu penulis menyelesaikan skripsi dan memberikan semangat, motivasi, dan inspirasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Buat sahabat-sahabatku di Komunitas Vespa UVORABEL, Fahmi, Hafis, Fadli serta seluruh teman-teman Basecamp, yang telah memberikan ide-ide dan semangat demi kesempurnaan skripsi ini.
10. Buat seluruh teman-teman seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2008 khususnya buat teman-teman Lokal Manajemen Pemasaran B, yang telah memberikan dukungan kepada penulis.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan perhatiannya sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi pengembangan dalam bidang Ilmu Manajemen Pemasaran.

Pekanbaru, Mei 2014
Penulis

MARYONO

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Telaah Pustaka	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	13
2.1.4 Kelompok Rujukan	16
2.1.5 Tahap-Tahap dalam Pengambilan Keputusan	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	24
2.4 Hipotesis	25
2.5 Variabel Penelitian	26
2.6 Pandangan Islam	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4 Populasi dan Sampel	31
3.5 Teknik Analisis Data	32
BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	
4.1 Sejarah Singkat Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau	38
4.2 Visi, Misi, dan Karakteristik serta Tujuan UIN Suska Riau	42
4.3 Visi, Misi dan Karakteristik FEKONSOS UIN Suska Riau	43
4.4 Struktur Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Statistik Deskriptif	47

5.1.1 Statistik Deskriptif Variabel	47
5.2 Uji Kualitas Data	72
5.2.1 Uji Validitas	72
5.2.2 Uji Reliabilitas	74
5.2.3 Uji Normalitas	75
5.3 Uji Asumsi Klasik	76
5.3.1 Uji Multikolinearitas	76
5.3.2 Uji Heteroskedastisitas	77
5.3.3 Uji Autokorelasi	78
5.4 Uji Regresi Berganda	79
5.5 Pengujian Hipotesis	81
5.5.1 Uji Simultan (Uji F)	81
5.5.2 Uji Parsial (Uji t)	82
5.6 Koefisien Determinasi	84
BAB VI PENUTUP	
6.1 Kesimpulan	86
6.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	
BIOGRAFI PENULIS	