

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN IPHONE PADA DEWASA AWAL**



Oleh:
ELIANA MUTIARA MANALU
1801617119

SKRIPSI

**Ditulis untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan dalam
Mendapatkan Gelar Sarjana Psikologi**

**FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA
SIDANG SKRIPSI**

Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Dewasa Awal

Nama Mahasiswa : Eliana Mutiara Manalu
 NIM : 1801617119
 Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 28 Januari 2021

Pembimbing I






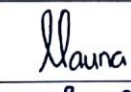

Dwi Kencana Wulan, M.Psi
 NIP. 198212122014042001

Pembimbing II



Lupi Yudhaningrum, M.Psi
 NIDK. 8802680018

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		22/2-2021.
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		23/02/21
Prof. Dr. Burhanuddin Tola, M.Psi (Ketua Penguji)***		18 Februari 2021
Mauna, M.Psi (Anggota)****		18 Februari 2021
Ermita Zakiah, M.Psi (Anggota)****		18 Februari 2021

Catatan:
 *Dekan FPPsi
 **Wakil Dekan I
 ***Ketua Penguji
 ****Dosen Penguji Selain Pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Eliana Mutiara Manalu

NIM : 1801617119

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Dewasa Awal” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan September sampai dengan bulan Januari 2021.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 19 Januari 2021

Yang Membuat Pernyataan



(Eliana Mutiara Manalu)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : ELIANA MUTIARA MANALU
NIM : 1801617119
Fakultas/Prodi : Pendidikan Psikologi/Psikologi
Alamat email : elianamutiara@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Motivasi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian iPhone
pada Dewasa Awal

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Maret 2021

Penulis

(ELIANA MUTIARA MANALU)

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJU PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eliana Mutiara Manalu
NIM : 1801617119
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Dewasa Awal”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 19 Januari 2021

Yang menyatakan



(Eliana Mutiara Manalu)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini saya persembahkan kepada diri saya sendiri yang mau berjuang bersama saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

ELIANA MUTIARA MANALU

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
iPHONE PADA DEWASA AWAL**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi

Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta

2021

ABSTRAK

Pada masa dewasa awal konsumen selalu mengusahakan berbagai cara untuk menunjukkan identitas diri dan konformitas dengan kelompok sosialnya salah satunya dengan memiliki iPhone dengan merek terkenal dan mahal. Hal ini membuat konsumen dewasa awal memiliki kebutuhan akan iPhone, sehingga konsumen melakukan keputusan pembelian iPhone. Keputusan pembelian merupakan proses pengambilan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Terdapat fenomena konsumen dewasa awal melakukan tindakan mengantre hanya demi menjadi orang pertama yang memiliki iPhone terbaru setiap tahunnya. Tindakan konsumen tersebut dipengaruhi oleh motivasi. Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang memaksa mereka untuk bertindak.

Sehingga hipotesis penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh antara motivasi terhadap keputusan pembelian iPhone pada dewasa awal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis penelitian. Subjek penelitian ini terdiri dari 521 responden yang menggunakan teknik pengambilan sampel secara insidental, dengan populasi dewasa awal pengguna iPhone yang berdomisili di DKI Jakarta. Metode analisis data yang digunakan adalah uji analisis regresi linier yang dibantu dengan menggunakan aplikasi Product and Service Solution (SPSS) versi 25 for windows.

Hasil penelitian ini diperoleh dari uji hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara motivasi dengan keputusan pembelian iPhone pada dewasa awal. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi linier yang memperoleh nilai signifikansi yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($p < 0,05$) yaitu nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Pengaruh yang diberikan motivasi terhadap keputusan pembelian sebesar 50%. Nilai koefisien motivasi yang bersifat positif (0,805) terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa semakin tinggi motivasi yang dimiliki dewasa awal maka akan semakin tinggi keputusan pembelian iPhone.

Kata kunci: Keputusan pembelian, Motivasi, Dewasa awal

ELIANA MUTIARA MANALU

**THE IMPACT OF CONSUMER MOTIVATION ON iPhone PURCHASE
DECISIONS IN EARLY ADULTHOOD**

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program

Faculty of Psychological Education, State University of Jakarta

2021

ABSTRACT

In early adulthood, consumers always try numerous ways to reveal their identity and conformity with their social groups. One of them is by owning an iPhone, a well-known and expensive brand. This circumstance makes early adult consumers have a need for iPhone. Therefore, consumers make iPhone purchase decisions. Purchase decisions are the consumers' process to take action whether they decide to buy particular products or not. There is a phenomenon of early adult consumers who patiently queue up to be the first person to get the newest iPhone every single year. That consumer's action is influenced by motivation. Motivation is the force in the individuals that pressure them to act in such ways.

As a result, this research's hypothesis would examine the influence of motivation on iPhone purchase decisions in early adulthood. This research applied a quantitative approach in order to test the research hypothesis. This study's subjects were 521 respondents who are obtained through incidental sampling techniques, with an early adult population of iPhone users who lived in DKI Jakarta. The data analysis method used was linear regression analysis, assisted by Product and Service Solution (SPSS) application version 25 for windows.

The results of this study that were gained from hypothesis testing using linear regression analysis showed a significant positive influence between motivation and iPhone purchase decisions in early adulthood. This result could be viewed from the linear regression test results, which obtained a significance value smaller than $\alpha = 0.05$ ($p < 0.05$), which was a significance value of 0.000 less than 0.05. The influence given by motivation on purchasing decisions was 50%. The positive motivation coefficient (0.805) on the purchasing decisions pointed out that if the early adult consumers' motivation is higher, the iPhone purchase decision will also be higher.

Keywords: Purchasing decisions, Motivation, Early adult

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Bapa atas segala berkat dan rahmatNya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Dewasa Awal”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa di dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Peneliti juga menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak luput dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Gumgum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Mira Aryani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dwi Kencana Wulan, M.Psi, Psikolog selaku dosen pembimbing I yang sudah banyak meluangkan waktunya untuk memberikan umpan balik, arahan dan masukan terkait penyusunan skripsi ini hingga selesai, serta memberikan dukungan kepada peneliti.
5. Lupi Yudhaningrum, M.Psi selaku dosen pembimbing II yang sudah banyak memberikan arahan dan masukan terkait skripsi ini, serta memberikan dukungan kepada peneliti.
6. Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd selaku dosen pembimbing akademik yang memberikan kesempatan dan dukungan untuk dapat mengikuti program 3,5 tahun.
7. Erik, M.Si selaku dosen yang memberikan kesempatan dan dukungan untuk dapat mengikuti program 3,5 tahun.

8. Seluruh Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan pembelajaran, ilmu, pengetahuan serta wawasan kepada peneliti selama menjalani proses perkuliahan.
9. Seluruh Staff Administrasi Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti dalam kegiatan administratif dan memberikan informasi-informasi akademik selama peneliti menjalani proses perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
10. Orang tua peneliti yang selalu merawat dan mendoakan peneliti hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
11. Sheren Febiola selaku teman dekat peneliti sedari masa sekolah menengah pertama yang selalu memberikan dukungan serta saran dan selalu mendengarkan suka duka peneliti selama proses penyusunan skripsi.
12. Sissy Viranty Dwi Putri dan Fildza Angolia Zhafarina Nasution selaku teman perkuliahan peneliti yang membantu serta berbagi informasi selama proses penyusunan skripsi.
13. Teman-teman angkatan 2017 yang telah membantu peneliti selama menjalani proses perkuliahan di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
14. Kepada pihak-pihak yang telah bersedia membantu peneliti dalam pengisian dan menyebarkan kuesioner dalam penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti memohon maaf atas segala kesalahan dan kekurangan kepada semua pihak yang terlibat selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang psikologi pemasaran dan bagi para pembaca.

Jakarta, 19 Januari 2021

Peneliti,



Eliana Mutiara Manalu

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Identifikasi Masalah	13
1. 3 Pembatasan Masalah.....	13
1. 4 Rumusan Masalah	13
1. 5 Tujuan Penelitian.....	13
1. 6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1 Manfaat teoritis.....	13
1.6.2 Manfaat praktis.....	14
BAB II	15
TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Keputusan Pembelian	15
2.1.1 Definisi keputusan pembelian	15
2.1.2 Faktor-faktor keputusan pembelian	16
2.1.3 Proses pengambilan keputusan pembelian	20
2.2 Motivasi	23
2.2.1 Definisi motivasi.....	23

2.2.2 Faktor-faktor yang memengaruhi motivasi	24
2.2.3 Proses motivasi	25
2.3 Hubungan Variabel Motivasi dengan Variabel Keputusan Pembelian	25
2.4 Kerangka Pemikiran	27
2.5 Hipotesis	28
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan	29
BAB III	32
METODE PENELITIAN	32
3.1 Tipe Penelitian	32
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian	32
3.2.1 Identifikasi variabel penelitian	32
3.2.2 Variabel terikat (<i>Dependent variable</i>)	32
3.2.3 Variabel bebas (<i>Independent variable</i>)	33
3.2.4 Definisi konseptual	33
3.2.5 Definisi operasional	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi	33
3.3.2 Sampel	34
3.3.3 Teknik pengambilan sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Instrumen penelitian	36
3.4.2 Pembuat instrumen	40
3.4.3 Tujuan pembuatan instrumen	41
3.4.4 Teori dasar penyusunan instrumen	41
3.4.5 Populasi tempat uji coba instrumen dengan validitas dan reabilitasnya	41
3.4.6 Bagian yang dimodifikasi	42
3.5 Uji Coba Instrumen	45
3.5.1 Uji validitas	46
3.5.2 Uji reliabilitas	51
3.6 Analisis Data	52
3.6.1 Uji statistik	52
3.6.2 Analisis deskriptif	52
3.6.3 Uji normalitas	53
3.6.4 Uji linieritas	53

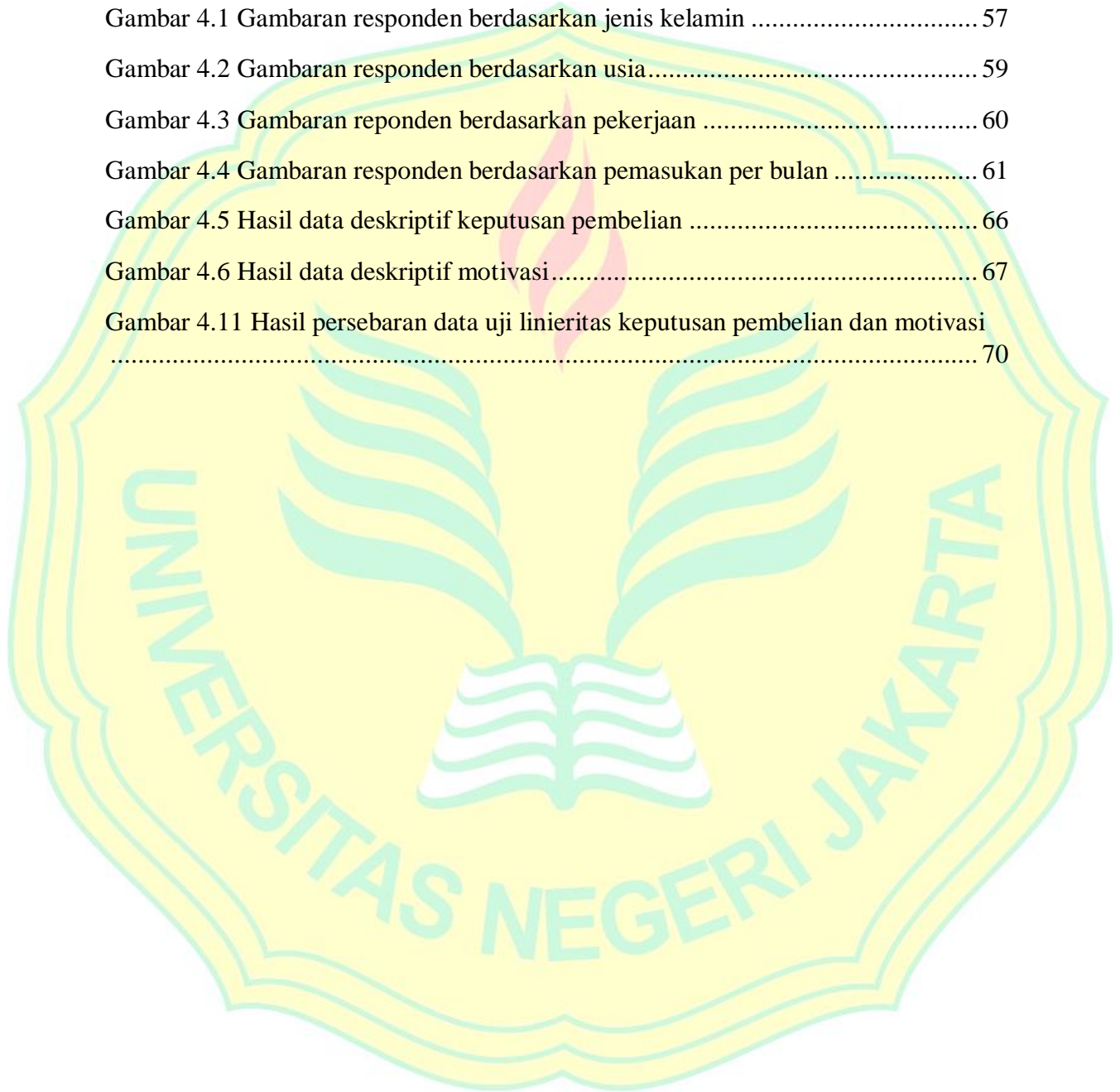
3.6.5 Uji korelasi	54
3.6.6 Uji regresi.....	54
3.6.7 Hipotesis statistik.....	55
BAB IV	56
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Gambaran Responden Penelitian.....	56
4.1.1 Gambaran responden penelitian berdasarkan jenis kelamin.....	56
4.1.2 Gambaran responden penelitian berdasarkan usia.....	57
4.1.3 Gambaran responden penelitian berdasarkan pekerjaan	59
4.1.4 Gambaran responden penelitian berdasarkan pemasukan per bulan.....	60
4.2 Prosedur Penelitian	61
4.2.1 Persiapan penelitian	61
4.2.2 Pelaksanaan penelitian	64
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	65
4.3.1 Hasil data deskriptif keputusan pembelian.....	65
4.3.2 Hasil data deskriptif motivasi.....	66
4.3.3 Kategorisasi skor keputusan pembelian	67
4.3.4 Kategorisasi skor motivasi	68
4.3.5 Uji normalitas	69
4.3.6 Uji linieritas.....	69
4.3.7 Uji korelasi.....	71
4.3.8 Uji hipotesis.....	71
4.4 Pembahasan.....	73
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	76
BAB V	77
KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Implikasi	77
5.3 Saran	78
5.3.1 Saran untuk responden penelitian	78
5.3.2 Saran untuk peneliti selanjutnya.....	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian.....	37
Tabel 3.2 Kategori jawaban instrumen keputusan pembelian.....	38
Tabel 3.3 Kisi-kisi instrumen motivasi.....	39
Tabel 3.4 Kategori jawaban instrumen motivasi.....	40
Tabel 3.5 Kisi-kisi modifikasi instrumen keputusan pembelian.....	43
Tabel 3.6 Kisi-kisi modifikasi instrumen motivasi.....	44
Tabel 3.7 Hasil uji coba validitas instrumen keputusan pembelian.....	46
Tabel 3.8 Kisi-kisi instrumen keputusan pembelian setelah uji coba.....	47
Tabel 3.9 Hasil uji coba validitas instrumen motivasi.....	48
Tabel 3.10 Kisi-kisi instrumen motivasi setelah uji coba.....	49
Tabel 3.11 Kaidah reliabilitas Guilford.....	51
Tabel 3.12 Hasil uji coba reliabilitas instrumen keputusan pembelian.....	51
Tabel 3.13 Hasil uji coba reliabilitas instrumen motivasi.....	52
Tabel 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	56
Tabel 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia.....	57
Tabel 4.3 Gambaran reponden berdasarkan pekerjaan.....	59
Tabel 4.4 Gambaran responden berdasarkan pemasukan per bulan.....	60
Tabel 4.5 Hasil data deskriptif keputusan pembelian.....	65
Tabel 4.6 Hasil data deskriptif motivasi.....	66
Tabel 4.6 Kategorisasi skor keputusan pembelian.....	68
Tabel 4.7 Kategorisasi skor motivasi.....	68
Tabel 4.9 Hasil uji normalitas keputusan pembelian dan motivasi.....	69
Tabel 4.10 Hasil uji linieritas keputusan pembelian dan motivasi.....	70
Tabel 4.12 Hasil uji korelasi keputusan pembelian dan motivasi.....	71
Tabel 4.13 Hasil uji persamaan regresi keputusan pembelian dan motivasi.....	72
Tabel 4.14 Hasil uji model <i>summary</i> keputusan pembelian dan motivasi.....	73
Tabel 4.15 Hasil uji signifikansi keseluruhan keputusan pembelian dan motivasi ...	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh <i>smartphone</i> terlaris di dunia pada kuartal-III 2020.....	3
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin	57
Gambar 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia.....	59
Gambar 4.3 Gambaran reponden berdasarkan pekerjaan	60
Gambar 4.4 Gambaran responden berdasarkan pemasukan per bulan	61
Gambar 4.5 Hasil data deskriptif keputusan pembelian	66
Gambar 4.6 Hasil data deskriptif motivasi.....	67
Gambar 4.11 Hasil persebaran data uji linieritas keputusan pembelian dan motivasi	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Uji validitas dan reliabilitas keputusan pembelian	85
Lampiran 2. Uji validitas dan reliabilitas motivasi.....	86
Lampiran 3. Data deskriptif keputusan pembelian dan motivasi	88
Lampiran 4. Kategori skor keputusan pembelian.....	88
Lampiran 5. Kategori skor motivasi	89
Lampiran 6. Uji normalitas	89
Lampiran 7. Uji linieritas	90
Lampiran 8. Uji korelasi	91
Lampiran 9. Uji hipotesis.....	92
Lampiran 10. Instrumen keputusan pembelian.....	94
Lampiran 11. Instrumen motivasi.....	95

