

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA
PT TELKOM DI KOTA METRO**

SKRIPSI



Oleh:

**NANDA KUSMAWATI
NPM. 18610176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**



**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA
PT TELKOM DIKOTA METRO**

SKRIPSI

Oleh:

**NANDA KUSMAWATI
NPM. 18610176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2022**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA
PT TELKOM DIKOTA METRO**

**Nanda Kusmawati, Ardiansyah Japlani², S.E., M.BA., AWM.,
Fitriani² S.E., M.M.**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung
Email: kusmawatinanda@gmail.com

ABSTRAK

Nanda Kusmawati Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Pt Telkom Kota Metro
Pembimbing (1) Ardiansyah Japlani², S.E., M.Ba (2) Fitriani² S.E., M.M

Sejalan dengan pesatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia, tuntutan terhadap pelayanan jasa telekomunikasi semakin meningkat pula, sehingga PT Telkom indonesia harus mampu melayani kebutuhan masyarakat dengan cara meningkatkan jumlah satuan sambungan dan mutu dari fasilitas telekomunikasi. Upaya peningkatan ini telah dilakukan dengan diterapkannya kebijaksanaan PT Telkom yaitu, pelayanan terbaik, citra terbaik dan hasil terbaik. Semua diarahkan untuk kepuasan pelanggan pemakai jasa PT Telkom.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Untuk mengetahui apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. 2) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian. 3) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian. 4) Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh faktor budaya, faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Metode survei dipilih sebagai sumber data primer. Metode survei fokus pada pengumpulan data responden yang memiliki informasi tertentu, sehingga memungkinkan peneliti untuk menyelesaikan masalah. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan perkiraan waktu dan keterbatasan Populasi dalam penelitian ini adalah semua pengguna wifi dari Telkom Indonesia di metrp. maka jumlah populasi diambil berdasarkan jumlah pembeli terbanyak dalam setahun di tahun 2020 yaitu sebanyak 133 pembeli.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor budaya terhadap keputusan pembelian 2) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor Sosial terhadap keputusan pembelian. 3) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor pribadi terhadap keputusan pembelian 4) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: faktor budaya, faktor pribadi, faktor sosial keputusan pembelian.

ABSTRACT

Nanda Kusmawati The Influence of Cultural Factors, Social Factors and Personal Factors on Service Purchase Decisions at PT Telkom Kota Metro Advisor (1) Ardiansyah Japlan², S.E., M.Ba (2) Fitrian² S.E., M.M

In line with the rapid economic growth of Indonesia, the demand for telecommunications services is also increasing, so that PT Telkom Indonesia must be able to serve the needs of the community by increasing the number of connection units and the quality of telecommunication facilities. This improvement effort has been carried out by implementing PT Telkom's policies, namely, the best service, the best image and the best results. All are directed to customer satisfaction of PT Telkom service users.

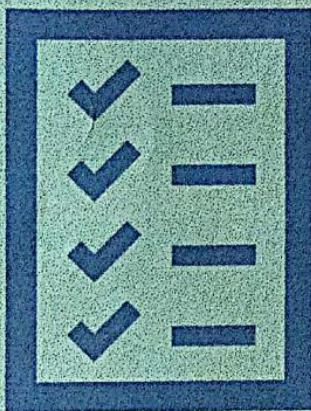
This study aims to determine 1) To determine whether cultural factors influence purchasing decisions. 2) To find out whether there is an influence of social factors on purchasing decisions. 3) To find out whether there is an influence of personal factors on purchasing decisions. 4) To find out whether there is an influence of cultural factors, cultural factors, personal factors, social factors together on purchasing decisions. The survey method was chosen as the primary data source. The survey method focuses on collecting data from respondents who have certain information, thus enabling researchers to solve problems. Data collection was carried out using a questionnaire or questionnaire instrument. Based on the estimated time and limitations, the population in this study were all wifi users from Telkom Indonesia on metrp. then the population is taken based on the largest number of buyers in a year in 2020, which is as many as 133 buyers.

The results show that 1) there is a positive and significant influence between cultural factors on purchasing decisions 2) there is a positive and significant influence between social factors on purchasing decisions. 3) there is a positive and significant influence between personal factors on purchasing decisions 4) there is a positive and significant influence between personal factors on purchasing decisions. positive and significant influence between cultural factors, personal factors, social factors on purchasing decisions.

Keywords: Cultural Factors, Personal Factors, Social Factors Purchasing Decisions.



UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO



Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota Metro,
Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi@ummetro.ac.id

SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 3135/II.3.AU/F/UPI-UK/2022

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NANDA KUSMAWATI
NPM : 18610176
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul:

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA PT TELKOM KOTA METRO

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen telah diperiksa dan dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase ≤20%. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 13 September 2022
Kepala Unit,
Dr. Arif Rahman Aththibby, M.Pd.Si.
NIDN. 0203128801

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA
PT TELKOM DIKOTA METRO**

**NANDA KUSMAWATI
NPM. 18610176**

Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus:

Hari : Kamis
Tanggal : 08 September 2022
Tempat Ujian : Ruang sidang FEB UM metro

Tim Penguji,

Ardiansyah Japlani, S.E., M.B.A., AWM.
NIDN. 0231018702

Ketua Penguji

Fitriani,S.E.,M.M.
NIDN: 0206068604

Sekretaris

Ratmono, SE., M.M
NIDN. 0220076001

Ketua Penguji

Mengetahui,



H. Suwarto, S.E., M.M.
NIDN. 021003680

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN FAKTOR PRIBADI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PADA
PT TELKOM DIKOTA METRO

Oleh
NANDA KUSMAWATI
NPM. 18610176

Telah disetujui Oleh:

Dosen pembimbing I.



Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM.
NIDN. 0231018702

Dosen pembimbing II.



Fitriani, S.E., M.M.
NIDN : 0206068604

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen


Dr. H. Febriyanto, M.M.
NIDN.0223027901

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nanda Kusmawati
NPM : 18610176
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan Ini Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul "Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada PT Telkom Dikota Metro" adalah benar hasil karya tulisan saya sendiri dan bukan hasil plagiat. Apabila di kemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi ini, maka saya bersedia bertanggung jawab serta menerima sanksi yang ditetapkan oleh Universitas Muhammadiyah Metro. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun.

Metro, 09 September 2022



MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”.

(QS. Al-Baqarah : 153)

Proses tidak akan mengkhianati hasil, jatuh bangun adalah semangat. Selalu mensyukuri proses yang menghampirimu”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini maka penulis mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak (sugeng) dan Ibu (masiyah) yang telah mengisi dunia saya dengan penuh kebahagiaan, selalu memberikan kasih sayang tiada henti, memberikan dukungan, serta do'a untuk keberhasilan saya. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan untuk bapak dan ibu. Tanpa bapak dan ibu, saya bukan apa-apa. *I love you so much.*
2. Kakak tersayang (Toto Ermisto, Dita Safitrita), yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
3. Sahabat (yuyun maita dewi (inces syasya), novi lianti (nopela), desti nangsang sari, endang tri susilowati (gendang) yang selalu ada disisi saya.
4. Buat cogan onty el mayka kenzio
5. Para rekan-rekan seperjuangan khususnya kelas Manajemen angkatan 2018 yang telah menjadi bagian dari cerita dalam perjalanan kuliahku.
6. Serta Almamater kebanggan Universitas Muhammadiyah Metro

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis Panjatkan Atas Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, Karena Berkat Limpahan Rahmat Dan Karunia-Nya Sehingga Penulis Dapat Penulis Dapat Menyelesaikan skripsi Ini Tanpa Suatu Halangan Apapun, Dengan Judul Skripsi "**Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial Dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada PT Telkom Dikota Metro.**

Penulis menghadapi berbagai kesulitan dan kendala selama penyusunan proposal ini, namun berkat bantuan dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd. Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. H. Suwarto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. Dr. H. Febriyanto, S.E.,M.M. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Metro dan selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah
4. Ardiansyah Japlani, S.E., M.BA., AWM selaku pembimbing I yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaiannya skripsi ini
5. Fitiriani, S.E., M.M. sebagai pembimbing II yang telah mengeluarkan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta dengan sabar membimbing hingga sampai terselesaiannya skripsi ini
6. Bapak dan Ibu dosen serta staf fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah banyak memberikan bekal pengetahuan, pikiran, waktu, tenaga serta pengalaman

Semoga Allah SWT membalas amal kebaikan Bapak/Ibu/Sdr/i. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih banyak kekurangan dan kelemahan sehingga kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan, akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN JUDUL.....	iii
ABSTRAK	iv
SERTIFIKAT PLAGIAT	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN	viii
PERNYATAAN ORISINALITAS	ix
MOTTO HIDUP.....	xi
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	5
1. Identifikasi masalah.....	5
2. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Ruang Lingkup Penelitian	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN LITERATUR	
A. Deskripsi Teori	9
1. Pengertian Pemasaran.....	9
2. Pengertian Perilaku konsumen.....	10
3. Pengertian faktor budaya (X_1)	11
4. Pengertian faktor sosial (X_2)	13
5. Pengertian faktor pribadi (X_3)	16
6. Pengertian Keputusan Pembelian (Y).....	19

B. Hasil Penelitian Relevan	22
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis penelitian.....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	30
B. Objek dan Lokasi Penelitian.....	30
C. Metode Penelitian	30
1. Operasional Variabel.....	30
D. Populasi dan Sampel	32
1. Populasi	32
2. Sampel.....	32
E. Sumber Data.....	33
1. Sumber Data Primer.....	33
2. Sumber Data Sekunder.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Dokumentasi	33
2. Observasi.....	33
3. Wawancara	34
4. Quisioner.....	34
5. Kepustakaan	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
1. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	35
a. Uji Validitas.....	35
b. Uji reliabilitas	36
2. Pengujian Persyaratan Analisis	36
a. Uji Normalitas	36
b. Uji Linearitas.....	37
c. Uji Homogenitas	37
3. Model Analisis	37
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
b. Uji t	38
c. Uji F	38
d. Uji R ² Determinasi	39
e. Hipotesis Statistik	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

xiv

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	41
1. Sejarah singkat perusahaan	41
2. Struktur organisasi	43
3. Tugas pokok.....	44
B. Hasil Penelitian	46
1. Pengujian persyaratan instrumen.....	46
a. Uji validitas	46
b. Uji reliabilitas	47
2. Frekuensi data kuisioner	47
3. Pengujian Persyaratan Analisis.....	54
a. Uji Normalitas	55
b. Uji Lineritas.....	56
c. Uji Homogenitas	57
4. Uji Persamaan.....	58
a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	58
b. Uji Parsial (Uji T)	60
c. Uji Signifikansi (Uji F)	61
d. Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	61
e. Hipotesis Statistik	62
C. Pembahasan.....	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	67
B. Saran	67

DAFTAR LITERATUR

LAMPIRAN