

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI,  
DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN KARTU KREDIT DI SUPERMARKET. XXX SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**ROLI GUSTIAWAN**  
**2011210484**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2017**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI,  
DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN KARTU KREDIT DI SUPERMARKET. XXX SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Sarjana

Program Studi Manajemen



Oleh:

**ROLI GUSTIAWAN**

**NIM: 2011210484**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS**

**SURABAYA**

**2017**

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI,  
DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN KARTU KREDIT DI SUPERMARKET. XXX SURABAYA**

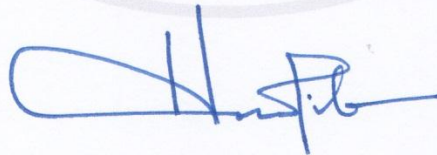
Diajukan oleh:

**ROLI GUSTIAWAN**

**NIM: 2011210484**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 26 Juli 2017



**(Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM)**

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI,  
DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN KARTU KREDIT DI SUPERMARKET. XXX SURABAYA**

Disusun oleh:

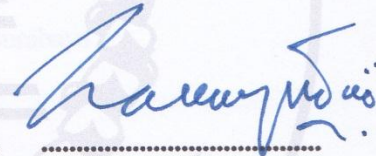
**ROLI GUSTIAWAN**

**NIM: 2011210484**

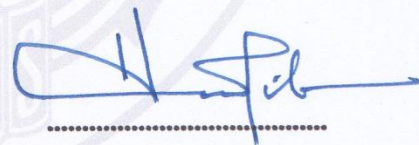
Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 15 Agustus 2017

Tim Penguji

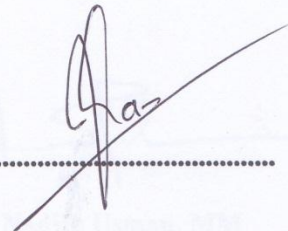
Ketua : Drs. Ec. Harry Widyantoro, M.Si.



Sekretaris : Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM



Anggota : Dr. Soni Harsono, SE., M.Si.





## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Roli Gustiawan  
Tempat, Tanggal Lahir : Kerinci 09 Mei 1991  
N.I.M : 2011210484  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kartu Kredit di Supermarket. XXX Surabaya

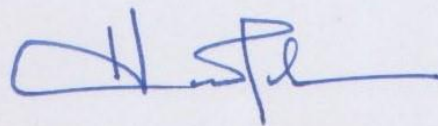
**Disetujui dan diterima baik oleh:**

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dosen Pembimbing

Tanggal : 20-09-2017

Tanggal : 20-09-2017



**Dr. Muazaroh S.E., M.T**

**Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM**

**MOTTO**

Sukses itu adalah sebuah perjalanan  
Dan sebaik-baik nya perjalanan adalah ibadah  
Menuju kesuksesan



## **PERSEMBAHAN**

Tidak ada kata berakhir dalam menuntut ilmu, dalam hadis dijelaskan tuntutanlah ilmu pengetahuan sampai keliatan lahat. Bagi seorang mahasiswa dapat menyelesaikan skripsi dengan baik adalah hal membanggakan, pada tanggal 15 Agustus 2017 saya dinyatakan lulus sarjana strata 1 di Stie Perbanas Surabaya adalah hal yang luar biasa bagi saya. Saya sungguh bersyukur dan berterima kasih atas rahmatnya sehingga sampai saat ini selalu diberikan kesempatan yang tak terhingga. Tapi semua ini belum berakhir dalam pencapaian kesuksesan karena ini masih babak pertama dalam menyelesaikan tanggung jawab, perjuangan baru saja dimulai karena kini saatnya untuk memulai kehidupan yang benar-benar harus diperjuangkan. Untuk itu skripsi saya persembahkan untuk :

### **Tuhan Yang Maha Esa**

Yang telah memberikan rahmat dan kesempatannya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

### **Ayah**

Terima kasih perjuangannya ayah telah menafkahi dan membimbing anaknya menjadi seorang sarjana. Skripsi ini saya persembahkan untukmu ayah.

### **Ibu**

Terima kasih ibu atas dukungannya selama ini, tanpa kamu aku tidak bisa menjadi apa-apa engkau adalah penyemangat hidupku. Skripsi ini saya persembahkan untukmu ibu.

### **Keluarga**

Terima kasih kakek, nenek, paman, tante, kakak, adek dan ponaan atas support nya kalian saya bisa menyelesaikan skripsi. Skripsi ini saya persembahkan untuk kalian semua.

### **Teman-teman**

**(rizki,rofi,ello,ali,olga,edo,ipin)**

Terima kasih teman semua dukungannya, mas ipin yang sudah bantuin skripsi ini sampai dengan selesai. Skripsi ini saya persembahkan untuk kalian semua.

### **Tersayang**

Terima kasih waktunya telah menemani hari-hariku dalam menyelesaikan skripsi ini, semua akan indah pada waktunya.

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah S.W.T atas Berkat, Rahmat dan Hidayah-nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian ini dengan judul “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kartu Kredit Di Supermarket. XXX Surabaya”.

Adapun tujuan dalam penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian mata kuliah Metodologi Penelitian konsentrasi manajemen pemasaran sebelum menginjak kesalah satu syarat program penyelesaian strata satu (skripsi). Untuk itu peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Lutfi, SE.,Mfin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., MT selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Bapak Dr. Drs. M. Nadjib Usman, MM selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dalam penyusunan skripsi.
4. Bapak/Ibu dosen-dosen yang telah mengajarkan, memberikan ilmu kepada saya selama menjadi mahasiswa di STIE Perbanas Surabaya.
5. Terima kasih untuk seluruh staff akademik maupun staff perpustakaan atas kerja samanya yang telah membantu Peneliti dalam proses penyelesaian skripsi penelitian ini.



6. Seluruh rekan, kerabat, keluarga, serta sahabat yang selalu memberikan dukungan, sehingga Peneliti mendapatkan dukungan spiritual hingga terselesainya skripsi penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa isi dan cara penyajian skripsi ini masih jauh dari yang diharapkan, karena terbatasnya kemampuan Peneliti. Oleh karena itu segala kritik dan saran sangat peneliti harapkan untuk meningkatkan mutu dari penelitian skripsi penelitian ini.

Akhirnya peneliti berharap semoga skripsi penelitian ini bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Surabaya, September 2017

**Peneliti**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DI UJI.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
ABSTRACT.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.1.1 Abdel Fattah Mahmoud Al-Azzam, 2014.....	9
2.1.2 Siti Rahayu Hussina, <i>et al</i> 2013.....	11
2.1.3 Shara Noor W. dan Hertiana Ikasari 2014.....	12
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 <b>Keputusan Pembelian</b> .....	18
2.2.2 Faktor Budaya.....	21
2.2.3 Faktor Sosial .....	23
2.2.4 Faktor Pribadi.....	24
2.2.5 Faktor Psikologis .....	26
2.2.6 Kartu Kredit .....	27
2.2.6.1 <b>Pengertian Kartu Kredit</b> .....	27

2.2.6.2 Penggunaan Kartu Kredit .....	29
2.2.7 Hubungan Antar Variabel .....	29
2.2.7.1 Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian .	29
2.2.7.2 Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian....	30
2.2.7.3 Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian..	31
2.2.7.4 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Rancangan Penelitian .....	35
3.2 Batasan Penelitian .....	36
3.3 Identifikasi Variabel.....	36
3.4 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel .....	37
3.4.1 Definisi Operasional .....	37
3.4.2 Pengukuran Variabel.....	41
3.5 Instrumen Penelitian.....	42
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.6.1 Populasi.....	43
3.6.2 Sampel.....	43
3.6.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data.....	46
3.7.1. Data .....	46
3.7.2. Pengumpulan Data .....	46
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	47
3.8.1 Uji Validitas .....	47
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	48
3.9 Analisis Data .....	48
3.9.1 Analisis Deskriptif .....	48
3.9.2 Analisis Statistik .....	49
3.9.2.1 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.9.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	54
4.2. Hasil Analisis Data.....	58
4.2.1 Deskripsi Variabel Penelitian .....	58

4.2.1.1 Deskripsi Mengenai Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ) .....	58
4.2.1.2 Deskripsi Mengenai Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	60
4.2.1.3 Deskripsi Mengenai Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ) .....	61
4.2.1.4 Deskripsi Mengenai Variabel Faktor Psikologis ( $X_4$ ) .....	63
4.2.1.5 Deskripsi Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)....	65
4.2.2 Uji Validitas .....	67
4.2.3 Uji Reliabilitas .....	70
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	71
4.2.5 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	74
4.2.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	77
4.2.6.1 Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji F).....	77
4.2.6.2 Hasil Pengujian Secara Parsial (Uji t) .....	78
4.3 Pembahasan.....	80
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	85
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	86
5.3. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

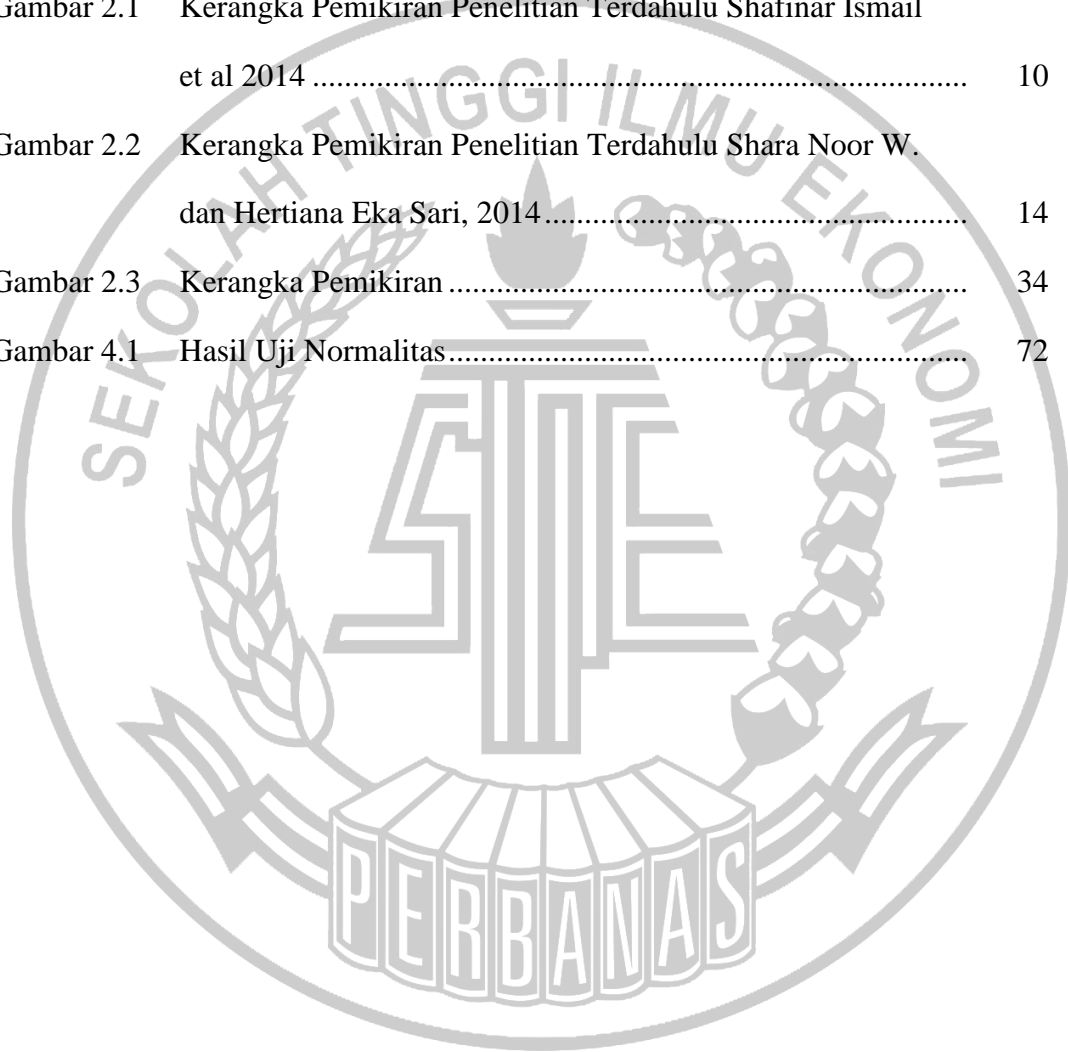
Tabel 1.1	Data Top Brand Indonesia .....	4
Tabel 2.1	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang .....	16
Tabel 3.1	Kategori Mean Masing-Masing Variabel.....	41
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Kuesioner.....	42
Tabel 4.1	Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2	Distribusi Responden Menurut Umur .....	56
Tabel 4.3	Distribusi Responden Menurut Pendidikan.....	57
Tabel 4.4	Distribusi Responden Menurut Pekerjaan.....	57
Tabel 4.5	Kategori Mean Masing-masing Variabel .....	58
Tabel 4.6	Jawaban Responden Mengenai Variabel Faktor Budaya ( $X_1$ ).....	59
Tabel 4.7	Jawaban Responden Mengenai Variabel Faktor Sosial ( $X_2$ ) .....	60
Tabel 4.8	Jawaban Responden Mengenai Variabel Faktor Pribadi ( $X_3$ ).....	62
Tabel 4.9	Jawaban Responden Mengenai Variabel Faktor Pribadi ( $X_4$ ).....	64
Tabel 4.10	Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	65
Tabel 4.11	Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil .....	68
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar.....	69
Tabel 4.13	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil .....	70
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar .....	71
Tabel 4.15	Uji Multikolinearitas Variabel Bebas .....	73
Tabel 4.16	Hasil pengujian regresi linear berganda.....	75



Tabel 4.17 Hasil Analisis Uji F.....	77
Tabel 4.18 Hasil Analisis Uji t.....	78

### DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu Shafinar Ismail et al 2014 .....	10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Penelitian Terdahulu Shara Noor W. dan Hertiana Eka Sari, 2014.....	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran .....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Tabel r



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, FAKTOR PRIBADI, DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KARTU KREDIT DI SUPERMARKET. XXX SURABAYA**

**Roli Gustiawan**

STIE PERBANAS SURABAYA

Email : 2011210484@students.perbanas.ac.id

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian dengan kartu kredit di Supermarket. XXX Surabaya. Kartu kredit merupakan salah satu bentuk alat pembayaran dalam transaksi jual beli barang/jasa disamping dalam bentuk uang dan cek. Pembiayaan dalam kartu kredit didahului dengan adanya perjanjian, dengan perjanjian tersebut pemegang kartu kredit memperoleh pinjaman dana dari penerbit kartu kredit (bank/perusahaan pembiayaan). Sesuai dengan karakteristik populasinya, maka dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah sebesar 100 orang pada masing-masing obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Sedangkan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode Non Probability Sampling dengan bantuan komputer program SPSS. Dari hasil pengujian hipotesis penelitian diketahui bahwa Faktor Budaya, Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kartu kredit di Supermarket. XXX Surabaya.

Kata kunci : Faktor budaya, Faktor sosial, Faktor pribadi, Faktor psikologis dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF CULTURAL FACTORS, SOCIAL FACTORS, PERSONAL FACTORS, AND PSYCHOLOGICAL FACTORS DECISION AGAINST CREDIT CARD PURCHASE IN SUPERMARKET. XXX SURABAYA***

**Roli Gustiawan**

**STIE PERBANAS SURABAYA**

Email : 2011210484@students.perbanas.ac.id

*This study aims to analyze The Influence Of Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, And Psychological Factors Decision Against Credit Card Purchase In Supermarket. XXX Surabaya. Credit card is one form of payment instrument in the sale and purchase transactions of goods / services in addition in the form of money and checks. Credit card financing is preceded by an agreement, with the credit card holder obtaining a loan from a credit card issuer (bank / finance company). In accordance with the characteristics of the population, then in this study the number of samples used is 100 people in each research object. This research uses quantitative approach by using primary data obtained through the spreading of questionnaires to the research respondents. While the data analysis in this study was conducted by the method of Non Probability Sampling with the help of computer program SPSS. From the results of hypothesis testing research known that Culture Factor, Social Factors, Personal Factors and Psychological Factors simultaneously and partially significant effect on purchasing decision using credit card in Supermarket. XXX Surabaya.*

*keyword : Cultural factors, Social factors, Personal factors, Psychological factors and purchasing decisions*