

HALAMAN MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ

فَتُصِيبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

”Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu. (Q.S Hujurat : 6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang telah membantu baik moril maupun materiil, baik langsung maupun tidak langsung:

1. Kedua orang tua yang saya sayangi Bapak Budiono dan Ibu Winarsih, yang selalu membimbing dan mendoakan anak-anaknya dengan tulus dan ikhlas demi kebaikan putri-putrinya.
2. Untuk adekku Sindi Permatasari dan semua keluargaku, yang tak henti-hentinya melantunkan doa serta memberikan motivasi dan terimakasih atas dukungan yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.
3. Kepada dosen pembimbing Ibu Dr. Andriani, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Achmad Munif, SE., MM selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan serta masukan demi terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabatku Devita Dian Savitri yang memberikan doa, selalu mengingatkan dan memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabatku seperjuangan Ekonomi Syariah kuliah Finalia Annisa, Faridhatus Sholihah, Fistalia Khoirun Nisa, Rikha Dwi Cahyanti, Arisma Agmilanza, Noviana Khasanah, Alvi yang selalu memberikan doa serta terus memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman se pembimbingan yang tak lelah untuk semangat dan dorongan untuk segera menyelesaikan skripsi ini (Resti Erlita Sari, Muhammad Fauzi, Lutfi Qurrotu A'yunin, Lutfi Birul, Ulfa serta teman-teman yang lain).

7. Teman-teman KKN Kelompok 122 (Arini, Nungki, Selfi, Ria, Dhea, Frida, Vita, Wildan, Vendra, Riva dan Timur) yang selalu mengingatkan dan memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman di IAIN Kediri angkatan 2015 terutama Prodi Ekonomi Syariah serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

ABSTRAK

ARDHEA PUTRI, Dosen Pembimbing Dr. ANDRIANI,SE.,MM dan ACHMAD MUNIF, SE., MM : “Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas (Studi Kasus Member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih)”. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Ekonomi Syariah, IAIN Kediri 2019.

Kata Kunci :Kelompok Referensi dan Keputusan Pembelian

Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, kelompok referensi adalah kelompok yang berfungsi sebagai referensi bagi seseorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi. Pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian timbul karena adanya kebutuhan dan keinginan untuk memiliki suatu produk barang atau jasa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 110 responden yang menggunakan produk tas Sophie Paris. Adapun metode pengambilan sampel dengan metode *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan deskriptif distribusi frekuensi diperoleh hasil nilai frekuensi kumulatif sebesar 75,5% menyatakan kelompok referensi member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien Ngadiluwih pada produk tas dalam kategori baik. Berdasarkan deskriptif distribusi frekuensi diperoleh hasil nilai frekuensi kumulatif sebesar 68,2% menyatakan keputusan pembelian produk aspada member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien Ngadiluwih termasuk dalam kategori tinggi.

Dari analisis korelasi nilai uji korelasi pearson sebesar 0,746 dan nilai signifikansi 0,000 artinya terdapat hubungan yang kuat. Serta hasil uji nilai $t_{hitung} 11,647 > t_{tabel} 1,98177$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji regresi linier menghasilkan persamaan $Y = 16,804 + 0,809X$. Dari uji F diperoleh nilai sebesar 135,650 dengan nilai signifikansi 0,000 artinya variabel ndependen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dari hasil analisis diperoleh koefisien determinansi R Square 0,557 artinya variabel X mampu mempengaruhi variabel Y sebesar 55,7% sedangkan sisanya 44,3% dipengaruhi faktor lain. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu H_a diterima artinya, terdapat pengaruh kelompok referensi terhadap keputusan pembelian produk tas (Studi Kasus Member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih).

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia yang dilimpahkan-Nya sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan pada Nabi Muhammad SAW yang telah memberi petunjuk kepada kita dengan ajaran yang dibawanya yaitu agama Islam.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas (Studi Kasus Member Sophie Paris *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih)” penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Ucapan terimakasih penulis sampaikan terutama kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Nur Chamid, MM selaku ketua IAIN Kediri.
2. Bapak Dr. Imam Annas Mushlih, M.HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Islam.
3. Bapak Dr. Ahmad Syakur, LC., MEI selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak dan Ibu dosen beserta staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Ekonomi Syariah.
5. Kepada Ibu dosen pembimbing Ibu Dr. Andriani, SE., MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Achmad Munif, SE., MM selaku dosen

pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan dan arahan serta masukan demi terselesaikannya skripsi ini.

6. Ibu Titien Rusmayanti selaku pemilik *Sub Bussines Center* Titien R. Ngadiluwih yang telah memberikan izin peneliti unrtuk mengadakan penelitian ini, serta seluruh member yang bersedia membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kedua orang tua dan segenap keluarga serta orang-orang yang senantiasa mendoakan.
8. Teman-teman di IAIN Kediri, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itulah penulis berharap semua pihak yang membaca, agar memberikan saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Aamiin.

Kediri, 05 Agustus 2019

Penulis

Ardhea Putri

9313.132.15

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	14
E. Hipotesis Penelitian.....	14
F. Telaah Pustaka	15
BAB II : LANDASAN TEORI	19
A. Kelompok Referensi.....	19
1. Pengertian Kelompok Referensi	19
2. Jenis-jenis Kelompok Referensi	20
3. Beberapa Kelompok Referensi yang terkait dengan konsumen.....	22
4. Indikator Kelompok Referensi	25

B. Keputusan Pembelian	27
1. Pengertian Keputusan Pembelian	27
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	28
3. Proses Keputusan Pembelian.....	38
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	40
5. Konsep Islam Terhadap Keputusan Pembelian	41
BAB III : METODE PENELITIAN	45
A. Rancangan Penelitian	45
B. Lokasi Penelitian.....	46
C. Variabel Penelitian	46
D. Definisi Operasional.....	47
E. Populasi dan Sampel	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Instrumen Penelitian	50
H. Analisis Data.....	51
BAB IV : HASIL PENELITIAN.....	63
A. Gambaran Umum Objek.....	63
1. Profil Perusahaan Sophie Martin Paris	63
2. Visi dan Misi Sophie Martin Paris.....	64
3. Produk Usaha Sophie Martin Paris	65
4. Persyaratan Menjadi Member Baru Sophie Martin Paris	66
B. Deskripsi Data.....	67
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	67
2. Deskripsi Data Hasil Penelitian	71

3. Analisis Data	73
a. Analisis Deskriptif.....	73
b. Uji Normalitas	73
c. Uji Multikolinieritas	74
d. Uji Autokorelasi	75
e. Uji Heteroskedastisitas	76
f. Uji Korelasi	78
g. Uji Analisis Regresi Sederhana.....	79
h. Uji Hipotesis	80
i. Koefisien Determinan.....	82
BAB V : PEMBAHASAN	84
A. Kelompok Referensi Member Sophie Paris <i>Sub Bussines Center</i> Titien Ngadiluwih pada Produk Tas Sophie Paris.....	84
B. Keputusan Pembelian Produk Tas pada Member Sophie Paris <i>Sub</i> <i>Bussines Center</i> Titien Ngadiluwih pada Produk Tas Sophie Paris	89
C. Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian pada Member Sophie Paris <i>Sub Bussines Center</i> Titien Ngadiluwih pada Produk Tas Sophie Paris	97
BAB VI: PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Member yang Ada di Wilayah Kediri	7
Tabel 1.2 Produk Sophie Paris yang Dibeli Member Sophie Paris <i>Sub Bussines Center</i> Titien Ngadiluwih.....	10
Tabel 1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Tas	12
Tabel 3.1 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai r	59
Tabel 4.1 Hasil Validitas Variabel Kelompok Referensi.....	68
Tabel 4.2 Hasil Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.3 Hasil Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi Sebelum Uji Coba.....	70
Tabel 4.4 Hasil Reliabilitas Variabel Kelompok Referensi Setelah Uji Coba	70
Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 4.6 Deskripsi Data Hasil Penelitian	72
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kelompok Referensi dan Keputusan Pembelian.....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Autokorelasi	76
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Program SPSS 21.....	77
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	78
Tabel 4.12 Kriteria Koefisien Korelasi	79
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik T	81
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F	82

Tabel 4.16 Hasil Koefisien Determinan.....	83
Tabel 5.1 Distribusi Frekuensi Informasional	85
Tabel 5.2 Distribusi Frekuensi Ultitarian (Normatif)	86
Tabel 5.3 Distribusi Frekuensi Ekspresi Nilai.....	87
Tabel 5.4 Deskriptif Distribusi Frekuensi Kelompok Referensi (X).....	88
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Pengenalan Kebutuhan	90
Tabel 5.6 Distribusi Frekuensi Pencarian Informasi	91
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi Evaluasi Alternatif	92
Tabel 5.8 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 5.9 Distribusi Frekuensi Perilaku Pasca Pembelian.....	95
Tabel 5.10 Deskriptif Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.12 Grafik Scatterplot.....	77
-------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi Angket Variabel Kelompok Referensi (X)
- Lampiran 2 : Tabulasi Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)
- Lampiran 3 : Koesioner Penelitian
- Lampiran 4 : Data Penelitian dan Hasil Penelitian
- Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 6 : Daftar Konsultasi
- Lampiran 7 : Surat Keterangan
- Lampiran 8 : Daftar Riwayat Hidup