



Perilaku Pembelian Konsumen Sandal Fipper di Tunjungan Plaza

Surabaya

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang ilmu manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh:

Mikhael Felix

NRP : 111.19.021

PEMBIMBING

Dr.Erna Ferrinadewi,S.E.,M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA

SURABAYA 2023

ABSTRAK

Mikhael Felix

Skripsi

Perilaku Pembelian Konsumen Sandal Fipper Di Tunjungan Plaza

Surabaya

Latar belakang dalam Penelitian ini adalah peneliti bertujuan ingin mengetahui perilaku konsumen dalam membeli produk sandal ber merk Fipper yang berada di mall Tunjungan Plaza Surabaya, meskipun pada saat ini sudah banyak sandal dengan harga murah dan bagus bermunculan, dan Fipper sendiri memiliki harga yang mahal untuk ukuran sandal yang dipakai sehari-hari, tetapi masih bisa bersaing dan bertahan, dan jug masih banyak peminat sandal Fipper dari semua kalangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian sandal fipper di Tunjungan Plaza Surabaya?. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dan mengambil sebanyak 10 orang sebagai narasumber, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara. Teknik analisi data dalam penelitian kali ini menggunakan analisis deskriptif dengan teknik pengambilan sampel memakai purposive sampling. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat 2 faktor yang membuat konsumen membeli sandal fipper yaitu faktor sosial dan faktor gaya hidup.

Kata kunci: Perilaku Konsumen, Pembelian.

ABSTRACT

Mikhael Felix

Thesis

*Consumer Purchasing Behavior of Fipper Sandals at Tunjungan Plaza
Surabaya*

The background in this study is that the researcher aims to find out consumer behavior in buying sandal products with the Fipper brand in the Tunjungan Plaza Surabaya mall, even though at this time many sandals with cheap and good prices have appeared, and Fipper itself has an expensive price for its size. sandals that are worn daily, but can still compete and survive, and there are still many fans of Fipper sandals from all walks of life. The formulation of the problem in this study is how is consumer behavior in purchasing fipper sandals at Tunjungan Plaza Surabaya? The methodology used in this study is a qualitative method and takes as many as 10 people as informants, the data collection technique in this study is by interview. The data analysis technique in this study used descriptive analysis with the sampling technique using purposive sampling. The results of this study found that there were 2 factors that made consumers buy fipper sandals, namely social factors and lifestyle factors.

Keywords: Consumer Behavior, Purchase

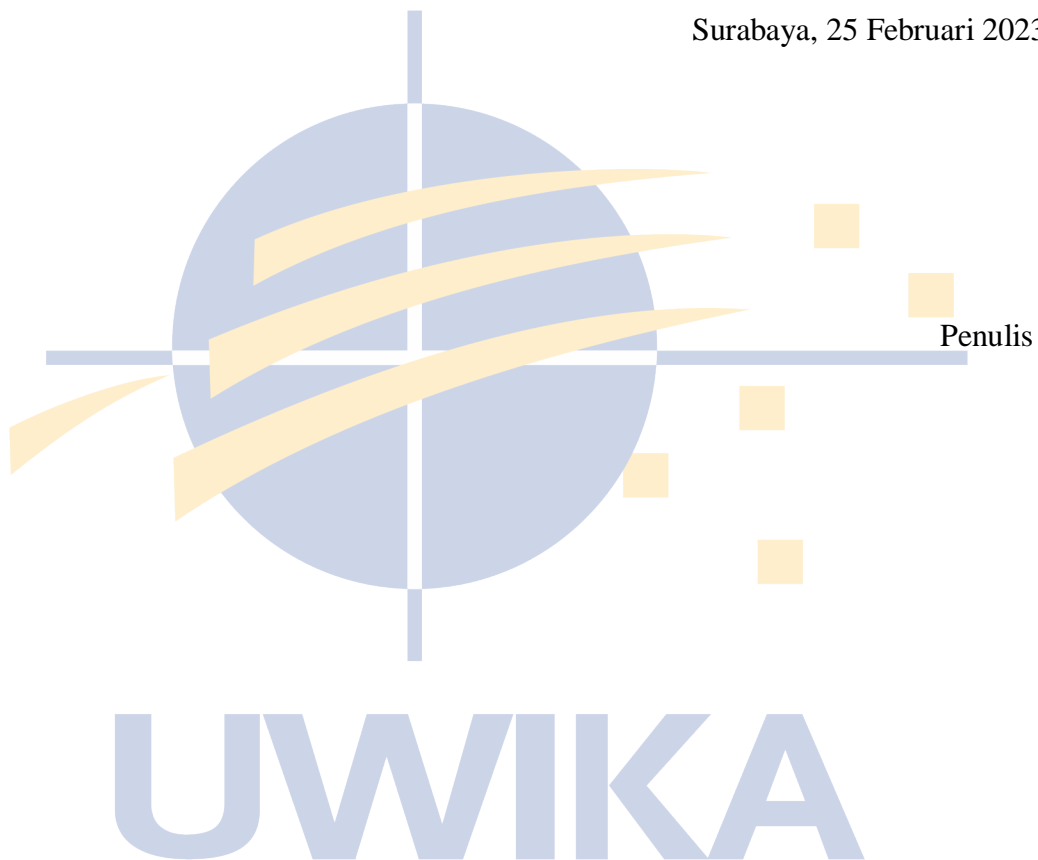
KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat Rahmat, dan KaruniaNya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi Dengan judul ” PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN SANDAL FIPPER DI TUNJUNGAN PLAZA SURABAYA” Laporan proposal skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Studi-S1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Kartika. Saya menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini sayaingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Yth. Bapak F.Priyo Suprobo,ST,MT., selaku Rektor Universitas Widya Kartika
2. Yth. Bapak Arief Budiman B.S.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika dan selaku Dosen Pembimbing 2
3. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Widya Kartika.
4. Yth. Pak Muis Murtadho SE., MM. Selaku Dosen Wali
5. Yth. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi, SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing 1 (Satu)
6. Yth. Pak Muis Murtadho SE., MM. Selaku Dosen Pembimbing 2 (Dua)
7. Yth. Segenap Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika.
8. Yth. seluruh staff Fipper Tunjungan Plaza Surabaya yang telah membantu dalam memberikan informasi dan juga data yang diperlukan
9. Yth Kepada ke dua Orang tua saya, adik saya, saudara saya, saya ingin mengucapkan banyak terimakasih atas Bimbingan, Dukungan, dan Doa Yang Selalu Di Berikan.

Saya menyadari proposal skripsi ini jauh dari kata sempurna. Saya mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya laporan proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan di lapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut

Surabaya, 25 Februari 2023



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Moch. Farizy Hardyansiah Kuncoro	9
2.1.2 Saskia Nur Kholifah (2019).....	9
2.1.3 Muhammad Muhtar (2020)	10
2.2 Persamaan Penelitian	12
2.3 Landasan Teori.....	12
2.3.1 Pengertian Pemasaran	12
2.3.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	28
2.3.3 Model Perilaku Konsumen	32
2.3.4 Proses Keputusan Pembelian.....	33
2.3.5 Gaya Hidup.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	47
3.1 Metode Penelitian Kualitatif	47
3.2 Sumber Data Penelitian.....	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	48

3.4 Teknik Analisis Data	50
3.5 Populasi dan Sampel.....	51
3.5.1 Populasi	51
3.5.2 Sampel.....	51
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	54
4.2 Deskripsi Narasumber.....	57
4.3 Hasil Pembahasan.....	58
4.3.1 Pengetahuan Tentang Produk	58
4.3.2 Sumber Informasi Produk	59
4.3.3 Latar Belakang Nara Sumber dalam Pembelian Fipper	60
4.3.4 Pandangan Konsumen Terhadap Harga-harga Produk	31
4.3.5 Produk Favorit Narasumber	62
4.4 Analisa Wawancara	63
4.4.1 Faktor Sosial Narasumber	63
4.4.2 Faktor gaya Hidup Narasumber	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN 1 Hasil Wawancara	68
LAMPIRAN 2 Wawancara	69
LAMPIRAN 3 Wawancara	70
LAMPIRAN 4 Hasil Wawancara	71
LAMPIRAN 5 Hasil Wawancara	72
LAMPIRAN 6 Hasil Wawancara	74
LAMPIRAN 7 Hasil Wawancara	75
LAMPIRAN 8 Hasil Wawancara	76

LAMPIRAN 9 Hasil Wawancara 77
LAMPIRAN 10 Hasil Wawancara 78

