



**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN
PEMBELIAN WAJAN MELALUI SOCIAL MEDIA
FACEBOOK DI UD BERKAT UTAMA SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

OLEH:

Clement Timothy Vedicandro

NRP: 11120003

PEMBIMBING

Erwin Tan Rediono, MBA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA
SURABAYA
2024**

KATA PENGANTAR

Puji Syukur panjatkan ke pada Tuhan Yesus, karena dengan Rahmat dan kuasa-nya, saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik serta tepat waktu. Skripsi ini dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Manajemen pada Konsentrasi *Marketing Management* Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya.

Rasa terimakasih yang tak terhingga disampaikan kepada pihak-pihak yang berperan membantu penyelesaian tugas akhir ini, khususnya:

1. Kedua orang tua serta keluarga saya yang sudah memberikan dukungan moral maupun material sejak awal masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan lancar di masa waktu normal.
2. Dr. F. Priyo Subropo, S.T., M.T., selaku Rektor Universitas Widya Kartika Surabaya yang telah memberikan fasilitas, sarana, dan prasarana pendukung bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Erna Ferinadewi., SE., M.M., selaku kepala progam studi Manajemen Universitas Widya Kartika.
4. Bapak Erwin Tan Rediono, MBA., selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Muis Murtadho., SE., M.M., selaku Dosen pembimbing 2 yang telah membimbing penulisan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Teman-teman yang telah banyak membantu dalam memberikan dukungan serta semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, telah terlibat dan membantu secara langsung selama penyusunan skripsi ini.

Penulis memahami bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, diharapkan segala petunjuk selanjutnya. Akhir kata, mohon maaf atas kekurangan atas kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini dan semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 16 Juni 2024

Clement Timothy V



ABSTRAK

Clement Timothy Vedicandro

Skripsi

Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Wajan Melalui Social Media Facebook di UD Berkat Utama Surabaya

Perusahaan ini bergerak di bidang penjualan wajan di Indonesia Khususnya bergerak di bidang distribusi barang wajan yang berbahan dasar alumunium saat ini perusahaan ini menggunakan *platform* media sosial yang termasuk media sosial yang lagi hits saat ini di mana media sosial itu mempunyai fitur dan memudahkan orang seluruh Indonesia bahkan seluruh Indonesia dapat menjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian wajan di UD. Berkat Utama Surabaya melalui *platform* media *social* Facebook, memahami pengaruh pengguna Facebook terhadap keputusan pembelian wajan di UD. Berkat Utama Surabaya dan menilai tingkat kepuasan konsumen setelah membeli wajan di UD. Berkat Utama Surabaya melalui media *social* Facebook. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif. Responden dalam penelitian ini adalah 10 pembeli wajan yang melakukan pembelian melalui aplikasi Media Sosial Facebook. Adapun *variable* penelitian terdiri dari variabel independen: perilaku konsumen, penggunaan, variabel dependen: keputusan pembelian. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif analitik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki peran penting dalam keputusan pembelian wajan melalui social media Facebook di UD Berkat Utama Surabaya. Berbagai faktor yang mempengaruhi seperti motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap konsumen berdampak terhadap keputusan pembelian. Penggunaan social media Facebook efektif sebagai saluran pemasaran dan mempengaruhi keputusan pembelian wajan di UD Berkat Utama Surabaya.

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Clement Timothy Vedicandro

Thesis

Consumer Behavior in Decisions to Purchase Frying Pans via Social Media Facebook at UD Berkart Utama Surabaya

This company operates in the field of selling frying pans in Indonesia. Specifically, it operates in the distribution of frying pans made from aluminum. Currently, this company uses social media platforms which include social media which is currently popular, where social media has features and makes it easier for people all over Indonesia, even all of Indonesia can reach. This research aims to determine the influence of consumer behavior on the decision to purchase frying pans at UD. Berkart Utama Surabaya, through the social media platform Facebook, understands the influence of Facebook users on the decision to purchase frying pans at UD. Berkart Utama Surabaya and assesses the level of consumer satisfaction after purchasing a frying pan at UD. Berkart Utama Surabaya via social media Facebook. The research method used is qualitative. The respondents in this research were 10 frying pan buyers who made purchases via the Facebook Social Media application. The research variables consist of independent variables: consumer behavior, usage, dependent variable: purchasing decisions. The data analysis technique uses analytical descriptive analysis techniques. The research results show that consumer behavior has an important role in the decision to purchase frying pans via social media Facebook at UD Berkart Utama Surabaya. Various influencing factors such as motivation, perception, learning and consumer attitudes have an impact on purchasing decisions. The use of social media Facebook is effective as a marketing channel and influences frying pan purchasing decisions at UD Berkart Utama Surabaya.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Perilaku Konsumen	14
2.2.2 Faktor Perilaku Konsumen	16
2.2.3 Indikator Perilaku Konsumen	18
2.2.4 Pengertian Keputusan Pembelian	26
2.2.5 Tahapan Keputusan Pembelian	27
2.2.6 Faktor Keputusan Pembelian	34
2.2.7 Peran Keputusan Pembelian	37
2.2.8 Indikator Keputusan Pembelian	37
2.3 Kerangka Berpikir	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Sumber Data Penelitian	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Teknik Analisis Data	43
3.5 <i>Flowchart</i> Penelitian	45
3.6 Uraian <i>Flowchart</i> Penelitian	45

3.7 Data Responden	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Sejarah dan Pengenalan Produk	50
4.2 Profil Narasumber	56
4.3 Pembahasan	57
4.4 Analisa Wawancara	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68
Lampiran 1 Wawancara SB	76
Lampiran 2 Wawancara ND	77
Lampiran 3 Wawancara AF	79
Lampiran 4 Wawancara SC	81
Lampiran 5 Wawancara SS	83
Lampiran 6 Wawancara GS	84
Lampiran 7 Wawancara AK	86
Lampiran 8 Wawancara SP	88
Lampiran 9 Wawancara IW	89
Lampiran 10 Wawancara HN	91
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	93

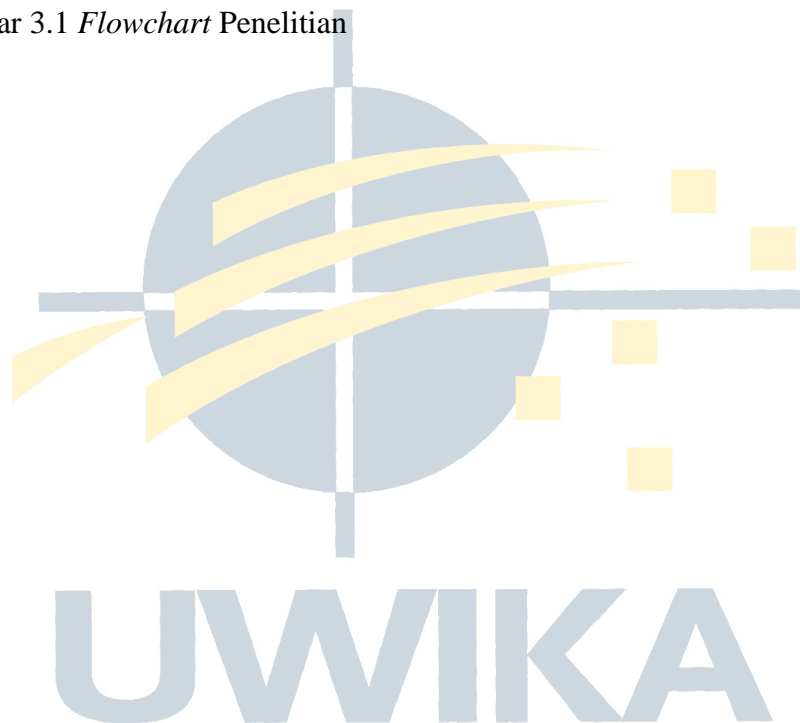
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Omset Penjualan Wajan	8
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	13
Tabel 3.1 Data Responden	49
Tabel 4.1 Profil Responden	57
Tabel 4.2 Pengetahuan Media Sosial Facebook	57
Tabel 4.3 Frekuensi Penggunaan Facebook	58
Tabel 4.4 Penghambat Penggunaan Facebook	59
Tabel 4.5 Pendorong Penggunaan Facebook	60
Tabel 4.6 Ketertarikan Pembeli	61
Tabel 4.7 Kepuasan Pelanggan	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Facebook UD Berkah Utama	4
Gambar 1.2 Pengguna Facebook	5
Gambar 1.3 Produk Wajan	6
Gambar 1.4 Pemasaran Wajan	7
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.2 Model Penelitian	38
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara SB	56
Lampiran 2 Wawancara ND	58
Lampiran 3 Wawancara AF	59
Lampiran 4 Wawancara SC	60
Lampiran 5 Wawancara SS	61
Lampiran 6 Wawancara GS	62
Lampiran 7 Wawancara AK	63
Lampiran 8 Wawancara SP	64
Lampiran 9 Wawancara IW	65
Lampiran 10 Wawancara HN	66

