

PENGARUH FAKTOR SOSIAL, PSIKOLOGIS DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HANDPHONE* MEREK *BLACKBERRY*
(Survei Pada Mahasiswa Jurusan S1 Akuntansi Angkatan 2007 Trisakti *School Of Management*)

DWI HARI WIBOWO
8215099327



Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012

**INFLUENCE SOCIAL FACTOR, PSYCHOLOGICAL FACTOR AND
BRAND AWARENESS AGAINST A DECISION MAKING
PURCHASE OF PRODUCTS PURCHASE BLACKBERRY BRAND
PHONES**

**(Survey In Undergraduate Student Of A Major In Accounting 2007
Trisakti School Of Management)**

**DWI HARI WIBOWO
8215099327**

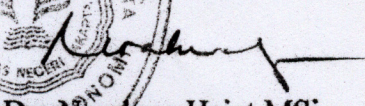


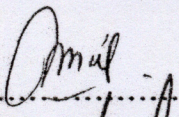
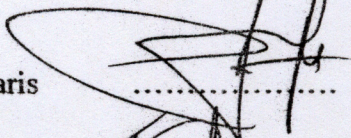
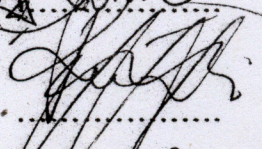
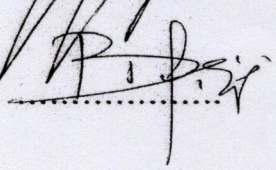
This is Written as Part Of Bachelor Degree in Economics Accomplishment

**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
DEPARTEMENT OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2012**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dra. Nurahma Hajat,MSi
NIP.195310021985032001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra.Umi Mardiyati,M.Si</u> NIP.195702211985032002	Ketua		
2. <u>Agung Kresnamurti,ST.MM</u> NIP.197404162006041001	Sekretaris		
3. <u>Setyo Ferry Wibowo, SE.MSi</u> NIP.197206171999031001	Penguji Ahli		
4. <u>Dr.Mohamad Rizan,SE.MM</u> NIP.197206272006041001	Pembimbing I		
5. <u>Dra.Basrah Saidani,MSi</u> NIP.196301191992032001	Pembimbing II		

Tanggal Lulus:

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Januari 2012

Yang membuat pernyataan

Dwi Hari Wibowo
No Reg. 8215099327

ABSTRAK

Dwi Hari Wibowo, 2011; Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Psikologis dan *Brand Awareness* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek *BlackBerry* (Survei Pada Mahasiswa Jurusan S1 Akuntansi Angkatan 2007 Trisakti *School Of Management*). Skripsi, Jakarta: Program Studi Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Desember 2011.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara faktor sosial, faktor psikologis dan *brand awareness* terhadap pengambilan keputusan. Khususnya pada mahasiswa jurusan S1 Akuntansi angkatan 2007 Trisakti *School Of Management*. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Trisakti *School Of Management* (TSM). Analisis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 18 untuk mengolah data. Angka probabilitas koefisien antara faktor sosial, faktor psikologis dan *brand awareness* sebesar: 8.583, 19.425, 2.292, dari uji koefisien dapat dilihat nilai t yang paling berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah variabel faktor psikologis yaitu sebesar 19.425.

Kata kunci: Faktor sosial, Faktor psikologis, *Brand awareness* dan Keputusan pembelian.

ABSTRACT

Dwi Hari Wibowo, 2011; Influence Social Factor, Psychological And Brand Awareness Againts A Decision Making Purchase Of Products Purchase BlackBerry Brand Phones (Survey In Undergraduate Student Of A Major In Accounting 2007 Trisakti School Of Management). Thesis, Jakarta: Program Management Studies, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta, Desember 2011.

This study aims to determine the relationship between social factor, psychological and brand awareness with decision making purchase. This study used questionnaire as a means of collecting data. Location of the study was conducted at Trisakti School Of Management. Analysis of this research is accomplished using the statistical application SPSS (Statistical Package for the Social Science) version 18 for data processing. A number of social factors in probability, koefesien between psychological factors and the brand awareness of: 8.583, 19.425, 2,380, from test coefficient can be seen nila t most influential in purchasing decisions is variable psychological factors are of 19.425.

Keywords: Social factor, Psychological factor, Brand awareness and Decision making purchase

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi dengan judul Pengaruh Faktor Sosial, Faktor Psikologis dan *Brand Awareness* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek *BlackBerry* (Survei Pada Mahasiswa Jurusan S1 Akuntansi Angkatan 2007 Trisakti *School Of Management*). Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Penyusun menyadari bahwa skripsi ini selesai bukan hanya semata-mata usaha dari peneliti, tetapi juga berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penyusun ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Mohamad Rizan, SE, MM, selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau yang padat untuk membimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
2. Dra. Basrah Saidani, M.Si (Dr. Cand), selaku dosen pembimbing II yang telah berkenan membimbing saya dalam penulisan skripsi ini. Betapa arahan dari beliau sangat membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Dra. Nurahma Hajat, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi UNJ.
4. Agung Wahyu Handaru, ST, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Dra. Umi Mardiaty, M.Si selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen.

6. Agung Darmawan Buchdadi, ST, MM selaku Pembimbing Akademik saya.
7. Kedua orang tua saya, Bambang Sarwoko dan Hartati, dan kakak Dimas Hadi Saputro yang telah memberikan dukungan moral dan material.
8. Teman-teman S1 Manajemen 2009 Alih Program yang sangat saya kasihi.
9. Teman-teman S1 Akuntansi angkatan 2007 Trisakti *School Of Management*, khususnya Tedy Irawan yang sudah membantu dalam penelitian skripsi ini.

Peneliti menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan, sehingga saran dan Kritik yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan. Smoga skripsi ini dapat berguna dan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan .

Jakarta, Januari 2012

Peneliti