

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DAN DIFERENSIASI
PRODUK DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE XIAOMI*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI
JAKARTA DI JAKARTA**

**YUNIAR DWI LESTARI
8135153174**



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE CORRELATION BETWEEN REFERENCE GROUP AND PRODUCT
DIFFERENTIATION WITH THE BUYING DECISION SMARTPHONE
XIAOMI IN THE FACULTY OF ECONOMICS STUDENT IN STATE
UNIVERSITY OF JAKARTA***

YUNIAR DWI LESTARI

8135153174



*Building
Future
Leaders*

***This is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta***

STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2019

ABSTRAK

YUNIAR DWI LESTARI, Hubungan antara Kelompok Referensi dan Diferensiasi Produk dengan Keputusan Pembelian *Smartphone Xiaomi* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2019. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kelompok referensi dan diferensiasi produk dengan keputusan pembelian *Smartphone Xiaomi* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *Purposive sampling* sebanyak 102 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 24,567 + 0,340 X_1 + 0,413 X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smimov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,200, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200. Karena tingkat signifikansi ketiga variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 dan Y atas X_2 menghasilkan nilai signifikansi pada *Linearity*, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Dari uji keberartian regresi Y atas X_1 dan X_2 menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $29,557 > 3,09$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 6,015$ dan $t_{tabel} = 1,66039$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 6,350$ dan $t_{tabel} = 1,66039$. Nilai koefisien korelasi antara variabel kelompok referensi (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,515 dan nilai koefisien korelasi antara variabel diferensiasi produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 5,36. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara kelompok referensi dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara diferensiasi produk dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kelompok referensi dan diferensiasi produk dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 dan X_2 yang diperoleh sebesar 0,374 yang menunjukkan bahwa 37,4% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kelompok referensi dan diferensiasi produk. Sementara itu, sisanya 62,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kelompok Referensi, Diferensiasi Produk

ABSTRACT

YUNIAR DWI LESTARI, *The Correlation between Reference Group and Product Differentiation with the Buying Decision Smartphone Xiaomi in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. Faculty of Economics, State University of Jakarta.*

This research was conducted in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta, for 6 months, starting from February to July 2019. The purpose of this study is to determine the correlation between reference group and product differentiation with the buying decision smartphone Xiaomi in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 102 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 24,567 + 0,340 X_1 + 0,413 X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X_1 with Kolmogorov-Smimov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,200 , X_1 equal to 0,200 , X_2 equal to 0,200. Because the significance level is > 0.05 it can be concluded that the data is normally distributed and can be used. Testing linearity of regression Y on X_1 and Y on X_2 yields a significance value on Linearity, that is $0,000 < 0.05$, so it is concluded that it has a linear relationship. Hypothesis testing from the significance regression Y on X_1 and X_2 produces $F_{count} > F_{table}$ which, $29,557 > 3,09$, meaning that the regression equation is significant. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 3,699$ and $t_{table} = 1,66039$ and performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 4,136$ and $t_{table} = 1,66039$. The value of correlation coefficient between variable of reference group (X_1) to buying decision (Y) equal to 0,515 and value of correlation coefficient between variable of product differentiation (X_2) to buying decision (Y) equal to 0,536. Thus, there is a positive and significant relationship between reference group to buying decision and there is a positive and significant relationship between product differentiation to buying decision. The coefficient of determination Y on X_1 and X_2 obtained by 0,374 indicating that 37,4% variable buying decision is determined by the reference group and product differentiation. Meanwhile, the remaining 62,6% is influenced by other factors.

Key word: *The Buying Decision, Reference Group, Product Differentiation*

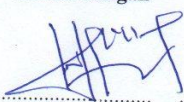
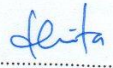
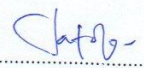
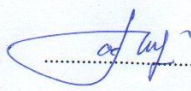

LEMBAR PENGESAHAN

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dedi Purwana, ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Ketua Penguji		16/08/2019
2. <u>Dita Puruwita, S.Pd., M.Si</u> NIP. 198209082010122004	Penguji Ahli		19/08/2019
3. <u>Terrylina Arvinta Monoarfa, SE, MM</u> NIDK. 8854660018	Sekretaris		16/08/2019
4. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Pembimbing I		19/08/2019
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		19/08/2019
Tanggal Lulus: 30/07/2019			

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum 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 di 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, Juli 2019

Yang membuat pernyataan



Yuniar Dwi Lestari
NIM.8135153174

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang dapat memberikan manfaat untuk orang lain”

“Jangan Pernah mengharapkan suatu balasan kebaikan sekecil apapun kecuali kepada Allah SWT”

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Mama, Bapak dan adik-kakak tercinta yang selalu setia tiada henti menyayangi dengan tulus, mendukung dalam memberikan moril dan materil selama hidup saya, selalu mendoakan saya, selalu menyemangati dan mempercayai saya untuk dapat meraih mimpi agar menjadi pribadi yang bermanfaat. Saya persembahkan juga skripsi saya ini untuk Bu Dientje dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing, sehingga skripsi ini terselesaikan.

Semoga kehidupan kita dipenuhi keberkahan dan selamat di dunia maupun akhirat, serta dapat berkumpul di Surga-Nya dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang lain.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya dengan memberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Kelompok Referensi dan Diferensiasi Produk dengan Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini, M.Pd selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, motivasi, arahan, saran, dukungan, perhatian dan kesabaran dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, perhatian, dukungan, saran yang membangun, motivasi dan juga telah banyak mengajarkan kebaikan selama masa perkuliahan saya dan dalam penelitian ini.
3. Ryna Parlyna, MBA selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis.

4. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang berguna.
5. Prof. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
6. Seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi yang telah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.
7. Kedua orang tua tercinta, serta kakak dan adik yang selalu setia mendukung, menemani, dan menyayangi dengan tulus.
8. Teman-teman seperjuangan dan juga teman-teman sebimbangan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juli 2019

Yuniar Dwi Lestari