**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta menyatakan:

**Nama : Weni Sri Wahyuni**

**NPM : 1110011211023**

**Program Studi : Strata Satu (S1)**

**Jurusan : Manajemen**

 **Judul Skripsi : Pengaruh Persepsi dan Motivasi Untuk Tampil Unik terhadap Keputusan Pembelian Irrasional Di Distro Tangkelek Padang.**

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah dinyatakan **Lulus** dalam ujian komprehensif pada tanggal **6 Februari 2015**.

**PEMBIMBING SKRIPSI**

**Pembimbing I Pembimbing II**

 **Surya Dharma S.E, M.Si Yuhelmi S.E, M.M**

**Disetujui oleh**

**Dekan Fakultas Ekonomi Bung Hatta**

**Yuhelmi, S.E, M.M**

Q.S Al-Insyirah 6-7

 “Sesungguhnya disamping kesukaran ada kemudahan, apabila engkau telah selesai mengerjakan suatu pekerjaan, maka bersusah payahlah mengerjakan yang lain”

Langkah demi langkah telah kutapaki.

Menelusuri alur kehidupan tak semulus yang kuduga.

Semua untuk perjuangan dan pengorbanan.

Meski melelahkan dan sering kali menyakitkan.

Namun, harus kutempuh.

Menuju sinar pengharapan yang gemilang.

Karena sesungguhnya pemenang adalah pejuang yang mengantongi air mata, luka, dan caci maki.

Yang sering menangis dalam diam.

Ketika belum mampu membahagiakan orang-orang yang tersayang.

Terima kasihku padaMu ya Allah.

Dengan seizinMu dapat ku persembahkan sepenggal asa.

Untuk mereka yang begitu berarti dalam hidupku.

Mereka yang kusayangi dan menyayangiku.

Teiring dalam rasa terima kasihku.

Kepada Ayahanda dan Ibunda.

Doa yang Ibunda berikan merupakan setitik embun penyejuk dahagaku.

Dorongan serta perhatian Ayah semangat bagiku untuk mencapai cita.

Ayah ibu…

Kupersembahkan karya kecil ini.

Baru inilah yang dapat kubuktikan.

Kutahu ini tidak sebanding dengan tetesan keringat dan pengorbanan Ayahanda dan Ibunda.

Karenanya YaAllah.

Jadikanlah keringat mereka sebagai mutiara dikala orang-orang kegelapan.

Jadikanlah kelelahan mereka sebagai kemudahan disaat orang-orang kepayahan.

Dan jadikanlah tetes air mata mereka sebagai embun penyejuk dikala orang-orang dahaga.

**PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atatu diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, 14 Februari 2015

 **Penulis**

**Weni Sri Wahyuni**

**PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI UNTUK TAMPIL UNIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IRRASIONAL DI DISTRO TANGKELEK PADANG**

**Weni Sri Wahyuni1, Surya Dharma2, Yuhelmi2**

Department of Management, Faculty of Economics, Bung Hatta University

Lecture Department of Management, Faculty of Economics, Bung Hatta University

e-mail: wenisriwahyuni\_1993@yahoo.co.id priyatamasurya@yahoo.com yuhelmis@yahoo.co.id

**ABSTRACT**

This study aims to determine the effect of Perception and Motivation to Appear Unique to the purchasing decision in Padang Tangkelek Distro . Data on research using primary data obtained from the questionnaires were carried out in the field . Independent variables were used (Perception and Motivation to Appear Unique) and dependent variable is (Purchase Decision). Analysis used multiple linear regression analysis , the results of this study found that the perception does not significantly influence the purchasing decisions and Motivation to Appear Unique significantly influence the purchase decision.

**PENGARUH PERSEPSI DAN MOTIVASI UNTUK TAMPIL UNIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IRRASIONAL DI DISTRO TANGKELEK PADANG**

**Weni Sri Wahyuni1, Surya Dharma2, Yuhelmi2**

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

Kuliah Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta

e-mail: wenisriwahyuni\_1993@yahoo.co.id priyatamasurya@yahoo.com yuhelmis@yahoo.co.id

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi dan Motivasi untuk Tampil Unik terhadap Keputusan Pembelian Di Distro Tangkelek Padang. Data penelitian menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebar di lapangan. Variabel independen yang digunakan (Persepsi dan Motivasi untuk Tampil Unik) dan variabel dependen adalah (Keputusan Pembelian). Analisis yang digunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian ini menemukan bahwa persepsi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan Motivasi untuk Tampil Unik berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillahirabbil’alamin segala puji bagi Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan judul “**Pengaruh Persepsi dan Motivasi Untuk Tampil Unik terhadap Keputusan Pembelian Irrasional Di Distro Tangkelek Padang”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan akademis dalam rangka menempuh ujian sarjana dan untuk memperoleh gelar sarjana pada jurusan Manajemen Di Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.

Selama menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak melewati rintangan dan dan hambatan. Namun, dengan seizin-Nya dan banyaknya dukungan, bantuan, bimbingan, serta dorongan yang diberikan baik secara langsung maupun tidak langsung membuat semua rintangan dan hambatan tersebut dapat terlalui. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang maha pengasih lagi penyayang, sang pemberi kekuatan dan rezeki-Nya. Hasbunallah wani’mal wakil.
2. Orang Tua tercinta, ayahanda H. Mainir dan ibunda Hj. Yetti Mawarni yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan serta perhatiannya. Semua lelah ini tidak ada artinya, karena hanya senyuman kalian lah yang amat berarti. Serta keluarga besar, saudara-saudari Wita Maida Yetri, S.T.P & Chandra Hanom Vanali, Thommi Fermana, S.Sos & Elfi Khairani, S.P, Ritce Maulana Mita, Romel Kurniawan, Gustia Fika Ananda Putri, Yoga Al-Aziz, dan tak lupa malaikat-malaikat kecilku Hazel Faeyza Syafaraz dan Ayesha Fazila Kirana.
3. Konco Arek Aprilia Pertiwi, S.E & Marjesi Abdilla, S.E (yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini), Wetri Handayani, S.E (yang juga telah menyelesaikan skripsinya), Roza Novitri (yang masih berjuang untuk memperoleh gelar SE nya), Alvionita Putri (yang baru memulai perjuangannya untuk mendapatkan gelar SE nya). Suka duka telah kita lewati bersama, tawa dan tangis telah kita rasakan juga. Semoga jalinan ukhuwah ini terjaga sampai akhir hayat, aamiin.
4. Ibu Yuhelmi, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
5. Ibu Dr. Erni Harahap, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
6. Bapak Surya Dharma, S.E, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
7. Ibu Lindawati, S.E, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bung Hatta Padang.
8. Bapak Surya Dharma, S.E, M.Si selaku Pembimbing I yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
9. Ibu Yuhelmi selaku Pembimbing II yang telah bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya dalam memberikan bimbingan baik berupa ilmu, petunjuk maupun saran atau pendapat yang sangat penulis butuhkan dalam penelitian ini.
10. Ibuk Dr. Listiana Srimulatsih, S.E, M.Si dan Nailal Husna, S.E, M.Si selaku penguji yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi penguji dalam pengujian komprehensif penulis.
11. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan semasa perkuliahan dan para karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bantuan dan kelancaran penyusunan skripsi ini.
12. Konco karib yang selalu penulis repotkan dari awal sampai akhir penulisan skripsi ini, Lilis Akminda, S.H, Fitri Hidayati, Fuji Yorasaki, Istiva Ramadheni, Rahmadhani, Runingga Anandami Nafa, Nosrima Yenti, Amd.Keb, Armita Sri Azhari, Amd.Keb, Agita Fernanda, Khairul Amri, Edo Syahputra Jamal, Yoga Panca Defri, Ridwan, S.Pd, Hendra Lesmana serta Hilwan Adas (yang telah membantu dalam mengartikan kan jurnal). Banyak bantuan dan dukungan yang kalian berikan teman.
13. Teman-teman KKN 2014 yang selalu memberikan semangat dan dorongan nya mbak tika, ayi ndut, kak ami, icin, boy, rudi, irwan, bg marcel, uje.
14. Teman-teman manajemen 2011 yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi ini, Latifah Rahmadhani, S.E, Fazrun Nisyah Firman, S.E, Wahyuni Yulia Syukra, S.E, Daramin, S.E, Seprianto, S.E, Salman Alfajri, S.E, serta teman-teman manajemen 2011 yang kini masih berjuang untuk mendapatkan gelar SE nya dan tak lupa teman-teman manajemen 2011 yang telah bersama-sama bahu membahu dalam suka dan duka selama perkuliahan, semoga semua yang kita lalui kenjadi kenangan dan pengajaran dimasa yang akan datang.
15. Serta para senior manajemen yang juga telah membantu baik langsung maupun tidak langsung, Andika Sukmana, Meyi, Topan Alparedi.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang dibuat ini masih jauh dari kata sempurna, sehingga masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak, demi kesempurnaan pada masa yang akan datang. Semoga skripsi ini berguna bagi kita semua, terima kasih.

Padang, 14 Februari 2015

 Weni Sri Wahyuni

**DAFTAR ISI**

**TANDA PERSETUJAN SKRIPSI**………………………………………………. i

**KATA PERSEMBAHAN**………………………………………………………… ii

**PERNYATAAN**…………………………………………………………………… iv

**ABSTRAK**………………………………………………………………………… v

**KATA PENGANTAR**…………………………………………………………….. vii

**DAFTAR ISI**………………………………………………………………………. xi

**DAFTAR TABEL**………………………………………………………………..... xv

**DAFTAR GAMBAR**…………………………………………………………….... xvi

**DAFTAR LAMPIRAN**…………………………………………………………… xvii

**BAB I: PENDAHULUAN**

* 1. Latar Belakang…………………………………………………………... 1
	2. Perumusan Masalah……………………………………………………... 6
	3. Tujuan Penelitian………………………………………………………... 7
	4. Manfaat Penelitian………………………………………………………. 7

**BAB II: KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS**

 2.1 Konsep Dasar Keputusan Pembelian……………………………………. 8

 2.1.1 Gaya Konsumen dalam Membuat Keputusan…………………….. 9

 2.1.2 Model Pengambilan Keputusan Konsumen………………………. 12

 2.1.3 Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian……………………….. 13

 2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian………. 15

 2.2 Perilaku Konsumen……………………………………………………… 15

 2.3 Persepsi………………………………………………………………….. 17

 2.3.1 Seleksi Berdasarkan Persepsi……………………………………... 19

 2.3.2 Stimuli Pemasaran dan Persepsi Konsumen……………………… 20

 2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi……………………... 21

 2.4 Motivasi…………………………………………………………………. 21

 2.4.1 Hierarki Kebutuhan………………………..……………………… 24

 2.4.2 Kebutuhan Konsumen Untuk Keunikan………………………….. 26

 2.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi…………………….. 27

 2.5 Hubungan Persepsi dan Keputusan Pembelian…………………………. 28

 2.6 Hubungan Motivasi Tampil Unik dan Keputusan Pembelian…………... 29

 2.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu…………………………………………... 30

 2.7.1 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian…...................... 30

 2.7.2 Pengaruh Motivasi Tampil Unik terhadap Keputusan Pembelian... 31

 2.8 Kerangka Konseptual…………………………………………………... 33

**BAB III: METODE PENELITIAN**

 3.1 Objek dan Lokasi Penelitian………………………….............................. 34

 3.2 Populasi dan Sampel…………………………………………………….. 34

 3.2.1 Populasi…………………………………………………………… 34

 3.2.2 Sampel…………………………………………………………….. 34

 3.3 Teknik Pengambilan Sampel……………………………………………. 35

 3.4 Jenis dan Sumber Data……………………………………….................. 36

 3.4.1 Jenis Data…………………………………………………………. 36

 3.4.2 Sumber Data……………………………………………................ 36

 3.5 Skala Pengukuran Variabel……………………………………………... 36

 3.6 Definisi Operasional…………………………………………………….. 37

 3.7 Teknik Analisis Data……………………………………......................... 38

 3.7.1 Uji Validitas………………………………………………………. 38

 3.7.2 Uji Reliabilitas……………………………………………………. 39

 3.7.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian…………………………… 39

 3.7.4 Uji Normalitas…………………………………………………….. 40

 3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda………………………………… 41

 3.7.6 Koefisien Determinan (R square)……………................................. 41

 3.7.7 Uji Kelayakan Model (F test)…………………………………….. 42

 3.7.8 Uji Hipotesis (T test)……………………………………………… 43

**BAB IV: ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Deskriptif Umum Responden 44

 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 45

 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 45

 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 47

 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal 48

 4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Status 49

 4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan 49

4.2 Uji Instrument 50

 4.2.1 Uji Validitas 50

 4.2.1.1 Uji Validitas Persepsi 50

 4.2.1.1 Uji Validitas Motivasi 52

 4.2.1.1 Uji Validitas Keputusan Pembelian 53

 4.2.2 Uji Reliabilitas 54

4.3 Analisis Deskriptif 55

 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi 55

 4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Motivasi Tampil Unik 56

 4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian 58

4.4 Uji Normalitas 60

4.5 Analisis Model Regresi dan Pengujian Hipotesis 61

 4.5.1 Koefisien Determinasi (R Square) 62

 4.5.2 Uji Kelayakan Model (F Test) 62

 4.5.3 Uji Hipotesis (t-statistik) 63

 4.5.3.1 Pengujian Hipotesis Variabel Persepsi 63

 4.5.3.2 Pengujian Hipotesis Variabel Motivasi Tampil Unik 63

4.6 Pembahasan 64

 4.6.1 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian 64

 4.6.2 Pengaruh Motivasi Tampil Unik terhadap Keputusan Pembelian 65

**BAB V: PENUTUP**

5.1 Kesimpulan 67

5.2 Keterbatasan Penelitian 67

5.3 Saran 68

5.1 Implikasi Penelitian 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Penjualan Distro Tangkelek 4

Tabel 4.1 Deskriptif Hasil Penyebaran Kuesioner 44

Tabel 4.2 Profil Reesponden Berdasarkan Jenis Kelamin 45

Tabel 4.3 Profil Reesponden Berdasarkan Usia 46

Tabel 4.4 Profil Reesponden Berdasarkan Pekerjaan 47

Tabel 4.5 Profil Reesponden Berdasarkan Daerah Asal 48

Tabel 4.6 Profil Reesponden Berdasarkan Status 49

Tabel 4.7 Profil Reesponden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan 49

Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Persepsi 51

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Motivasi Tampil Unik 52

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Keputusan Pembelian 53

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas 54

Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Persepsi 55

Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Motivasi Tampil Unik 57

Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian 59

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Normalitas 60

Tabel 4.16 Hasil Pengujian Hipotesis 61

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual 33

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran Kuesioner 72

Lampiran Tabulasi Data 75

Lampiran 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 81

Lampiran 2 Profil Responden Berdasarkan Usia 82

Lampiran 3 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan 83

Lampiran 4 Profil Responden Berdasarkan Daerah Asal 83

Lampiran 5 Profil Responden Berdasarkan Status 84

Lampiran 6 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan 84

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Persepsi 85

Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Motivasi Tampil Unik 86

Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian 88

Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas 90

Lampiran 11 Analisis Deskriptif Persepsi 92

Lampiran 12 Analisis Deskriptif Motivasi Tampil Unik 96

Lampiran 13 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian……………………….. . 109

Lampiran 14 Hasil Uji Normalitas……………………………………………... . 117

Lampiran 15 Hasil Pengujian Hipotesis……………………………………….. . 118