



**PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN *PHOTOCARD BOY
GROUP* NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) PADA KONSUMEN
*TEENAGER***

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (SI)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis**

**Disusun Oleh:
Sukma Widyastuti
14030118120014**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Sukma Widyastuti
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030118120014
3. Tempat / Tanggal Lahir : Purworejo, 02 September 2000
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Pongangan 001/001,
Loano, Loano, Purworejo

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Photocard NCT (*Neo Culture Technology*) pada Konsumen *Teenager*.

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

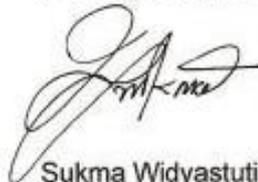
Semarang, 11 September 2023

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D.
NIP. 197611182003122005

Pembuat Pernyataan,



Sukma Widyastuti
NIM.1403011820014

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Terhadap
Proses Keputusan Pembelian Photocard NCT (*Neo Culture
Technology*) pada Konsumen *Teenager*.
Nama Penyusun : Sukma Widyastuti
Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata I
pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro.

Semarang, 25 September 2023

Dekan



Prof. Dr. Hardi Warsono, MT.
NIP. 196408271990011001

Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin.
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing

Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D.

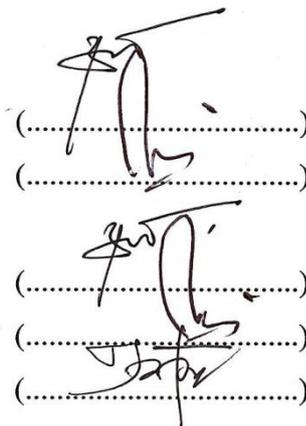
Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si.

Dosen Penguji

Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D.

Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si.

Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M.



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

MOTTO

“It’s not always easy, but that’s life. Be strong because there are better days ahead”

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibunda Sri Yatmi yang senantiasa memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya untuk kesuksesan saya. Ayahanda Alm. Nurwiyono yang telah menjadi motivasi juga semangat bagi saya untuk menjadi lebih baik. Terima kasih atas segalanya. Semoga dengan selesainya skripsi ini dapat menjadi hal yang bisa dibanggakan oleh kedua orang tua saya.
2. Mbak Dewi Pangestuti, Jasmine juga keluarga besar saya yang senantiasa memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga Administrasi Bisnis 2018. Terutama untuk Zuhar, Annisa Us, Ranny, dan Adinda, terima kasih sudah berproses bersama dan menjadi tempat bagi saya berkeluh kesah dan saling menguatkan sewaktu kuliah sampai sekarang.
4. Sahabat sekaligus teman-teman saya, Cut Tasya, Len, Hepy, Rini, Fiorenza, Svetlana, Asha, Athe yang senantiasa membantu dan mendukung saya dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Diri saya sendiri, Sukma Widyastuti. Terima kasih sudah bertahan sampai saat ini dan usaha dalam penyelesaian skripsi ini. Selamat dan senantiasa semangat!

**PENGARUH FAKTOR PRIBADI DAN FAKTOR PSIKOLOGI
TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN *PHOTOCARD BOY
GROUP NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY)* PADA KONSUMEN
*TEENAGER***

Abstrak

Photocard merupakan salah satu bentuk dari merchandise idola dengan wujud satu lembar kertas berukuran panjang 10 sentimeter dan lebar 6 sentimeter. Meskipun ukuran *photocard* terbilang kecil, tetapi *photocard* ini sangat digandrungi oleh para penggemar idol Korea terutama pada *boy group NCT (Neo Culture Technology)*. Jumlah anggota grup yang banyak (23 member), membuat penerbitan *photocard* setiap anggotanya juga terbatas. Hal ini sering memunculkan perilaku *panic buying, impulsive buying*, konsumtif dari penggemar remaja dengan tindakan yang terkadang tidak didasarkan oleh pemikiran jangka panjang dan keinginan yang menggebu-gebu untuk memiliki apa yang diinginkan. Oleh sebab itu, Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi dan faktor psikologis terhadap proses keputusan pembelian *photocard boy group NCT* pada penggemar remaja. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden penggemar NCT dengan usia remaja (12-18 tahun) berdomisili di Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian *photocard*. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Tipe penelitian berupa eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian, faktor psikologi berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian, faktor pribadi dan faktor psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses keputusan pembelian secara bersama-sama.

Keywords: faktor pribadi; faktor psikologi; proses keputusan pembelian.

THE INFLUENCE OF PERSONAL FACTORS AND PSYCHOLOGICAL FACTORS ON THE PURCHASING DECISION PROCESS OF PHOTOCARD BOY GROUP NCT (NEO CULTURE TECHNOLOGY) ON TEENAGER CONSUMERS

Abstract

Photocard is a form of idol merchandise in the form of one sheet of paper measuring 10 centimeters long and 6 centimeters wide. Although the size of the photocard is fairly small, it is very loved by Korean idol fans, especially the boy group NCT (Neo Culture Technology). The large number of group members (23 members), makes the issuance of photocard for each member also limited. This often leads to panic buying, impulsive buying, consumptive behavior from teenage fans with actions that are sometimes not based on long-term thinking and a passionate desire to have what they want. Therefore, this study aims to determine the influence of personal factors and psychological factors on the decision process to purchase NCT boy group photocards for teenage fans. The number of samples in this study were 100 NCT fan respondents with teenage age (12-18 years) who live in Yogyakarta and have purchased photocard. The sampling technique used non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The type of research is explanatory with a quantitative approach with data processing using SPSS 25.0. The results of this study indicate that personal factors have a positive and significant effect on the purchasing decision process, psychological factors have a positive effect on the purchasing decision process, personal factors and psychological factors have a positive and significant effect on the purchasing decision process together.

Keywords: personal factors; psychological factors; the purchasing decision process.

KATA PENGANTAR

Puji serta rasa syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Saya sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul **“Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Photocard Boy Group NCT (Neo Culture Technology) Pada Konsumen Teenager”** ini tidak lepas dari adanya bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, pada kesempatan kali ini saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut berpartisipasi untuk membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Hardi Warsono, MT. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Reni Shinta Dewi S.Sos selaku Ketua Departemen dan Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Prof. Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Priyotomo, S.Sos., M.M. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya Dosen Departemen Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Seluruh responden atas ketersediaannya untuk mengisi kuesioner yang saya berikan.
8. Serta berbagai pihak yang telah membantu saya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang diberikan pembaca sangat diterima penulis dengan kelapangan hati. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Semarang, 11 September 2023
Penulis

Sukma Widyastuti
NIM. 14030118120014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Kerangka Teori.....	12
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 Faktor Pribadi.....	14
1.5.3 Faktor Psikologis.....	16
1.5.4 Keputusan Pembelian.....	18
1.5.5 Penelitian Terdahulu	22
1.6 Hipotesis.....	23
1.7 Definisi Konsep.....	24
1.8 Definisi Operasional.....	25
1.9 Metode Penelitian.....	29
1.9.1 Tipe Penelitian	29
1.9.2 Populasi dan Sampel	30
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	31
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	31
1.9.5 Skala Pengukuran.....	32
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.9.7 Teknik Analisis	34
BAB II GAMBARAN UMUM.....	41
2.1 Gambaran Umum SM Entertainment.....	41
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	42
2.1.2 Logo SM Entertainment.....	43
2.1.3 Produk SM Entertainment.....	44
2.2 Gambaran Umum SM Life Design Group.....	49
2.2.1 Perusahaan Klien.....	50
2.2.2 Produk SM Life Design Group	50
2.3 Gambaran Umum <i>Photocard</i>	53
2.3.1 Jenis-Jenis <i>Photocard</i>	54
2.4 Gambaran Umum Neo Culture Technology (NCT).....	57
2.3.1 Sub Unit Grup NCT	58
2.3.2 Diskografi NCT.....	60

2.5 Identitas Responden	62
2.5.1 Data Responden Berdasarkan Usia	63
2.5.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
2.5.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	64
2.5.4 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Penggemar NCT	65
2.5.5 Data Responden Berdasarkan Tempat Membeli Photocard.....	66
2.5.6 Data Responden Berdasarkan Jenis Photocard yang Dibeli	66
2.5.7 Data Responden Berdasarkan Jumlah Photocard yang Dimiliki	67
2.5.8 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi Perbulan	68
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	69
3.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	69
3.1.1 Uji Validitas	70
3.1.2 Uji Reliabilitas	71
3.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	72
3.2.1 Persepsi Responden Terhadap Faktor Pribadi	73
3.2.2 Persepsi Responden Terhadap Faktor Psikologis	83
3.2.3 Persepsi Responden Terhadap Proses Keputusan Pembelian	91
3.3 Uji Hipotesis	100
3.3.1 Pengaruh Faktor Pribadi dengan Proses Keputusan Pembelian.....	100
3.3.2 Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian	104
3.3.3 Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologi Terhadap Proses Keputusan Pembelian	109
3.4 Pembahasan.....	114
BAB IV PENUTUP.....	118
4.1 Kesimpulan	118
4.2 Saran.....	119
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 1. 2 Interpretasi Koefisien Korelasi	35
Tabel 2. 1 Diskografi NCT	60
Tabel 2. 2 Data Responden berdasarkan usia.....	63
Tabel 2. 3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 2. 4 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	64
Tabel 2. 5 Data Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Penggemar NCT	65
Tabel 2. 6 Data Responden Berdasarkan Tempat Membeli Photocard	66
Tabel 2. 7 Data Responden Berdasarkan Jenis Photocard yang Dibeli	67
Tabel 2. 8 Data Responden Berdasarkan Jumlah Photocard yang Dimiliki	67
Tabel 2. 9 Data Responden Berdasarkan Pengeluaran Pribadi Perbulan.....	68
Tabel 3. 1 Uji Validitas Faktor Pribadi, Faktor Psikologi dan Proses Keputusan Pembelian	70
Tabel 3. 2 Uji Reliabilitas Faktor Pribadi, Faktor Psikologis dan Proses Keputusan Pembelian	72
Tabel 3. 3 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Faktor Pribadi	73
Tabel 3. 4 Kategorisasi Variabel Faktor Pribadi.....	82
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden terkait Faktor Psikologis.....	84
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel Faktor Psikologis.....	90
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian	92
Tabel 3. 8 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	99
Tabel 3. 9 Uji Korelasi Hubungan Faktor Pribadi Dengan Proses Keputusan Pembelian	101
Tabel 3. 10 Uji Determinasi Faktor Pribadi terhadap Proses Keputusan Pembelian	102
Tabel 3. 11 Uji Regresi Linear Sederhana Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Proses Keputusan Pembelian	103
Tabel 3. 12 Uji Korelasi Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian	105
Tabel 3. 13 Uji Koefisien Determinasi Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	106
Tabel 3. 14 Uji Regresi Linear Sederhana Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian.....	107
Tabel 3. 15 Uji Korelasi Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Proses Keputusan Pembelian	109
Tabel 3. 16 Uji Regresi Berganda Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian.....	111
Tabel 3. 17 Uji F Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Proses Keputusan Pembelian.....	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Album Idol Korea di Ktown4U.....	2
Gambar 1. 2 Penjualan Album Boygroup Korea di Tahun 2020.....	3
Gambar 1. 3 Photocard Group NCT	5
Gambar 1. 4 Model Generik Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 1. 5 Model Hipotesis	24
Gambar 1. 6 Kurva Hasil Uji t	38
Gambar 1. 7 Kurva hasil uji F.....	40
Gambar 2. 1 Logo SM Entertainment43	
Gambar 2. 2 Produk percetakan SM Life Design Group	51
Gambar 2. 3 Mesin Percetakan SM Life Design Group	52
Gambar 2. 4 Rak Penyimpanan.....	53
Gambar 2. 5 Paket Album K-pop.....	54
Gambar 2. 6 Photocard Merchandise	55
Gambar 2. 7 Photocard Event	56
Gambar 2. 8 Photocard Benefit SM Global Store.....	57
Gambar 2. 9 Boygrup Neo Culture Technology	58
Gambar 3. 1 Daerah Penolakan dan Penerimaan uji t Faktor Pribadi Terhadap Proses Keputusan Pembelian	104
Gambar 3. 2 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji t Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian	109
Gambar 3. 3 Daerah Penolakan dan Penerimaan Uji F Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian.....	114