



Sumber: koranmemo.com (Desember, 2022)

**Judul Skripsi:**

**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN *SET TOP BOX* MATRIX APPLE**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Dito Raihan Alwan**

**NIM : 1910411226**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA 2024**



**PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SET TOP  
BOX MATRIX APPLE**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi**

**DITO RAIHAN ALWAN**

**1910411226**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN  
JAKARTA  
2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Dito Raihan Alwan

NIM 1910411226

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juni 2024

Yang menyatakan,



(Dito Raihan Alwan)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dito Raihan Alwan  
NIM : 1910411226  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta hak bebas royalti non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **(PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SET TOP BOX MATRIX APPLE).**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti ini, maka Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak untuk menyimpan, mengalih media, mengelola dalam bentuk pangkalan data, merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 4 Juli 2024

Yang Menyatakan,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'D' with a vertical line through it, followed by the letters 'ito'. The signature is written above a horizontal line.

(Dito Raihan Alwan)

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Dito Raihan Alwan  
NIM : 1910411226  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Konsumen *Set Top Box* Matrix Apple

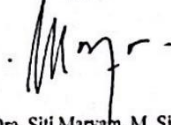
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



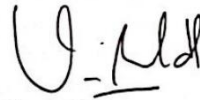
Anindita Lintangdesi Afriani, M. Si

Penguji 1



Dra. Siti Maryam, M. Si

Penguji 2



Vina Mahdalena, M. Si

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 15 Juli, 2024

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul **Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Set Top Box Matrix Apple** sejak Juli 2023 ini berhasil diselesaikan. Tanpa adanya bimbingan, bantuan, dukungan, serta do'a dari berbagai pihak, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu, peneliti ingin berterima kasih, kepada semua pihak yang terlibat dan memberikan banyak dukungan serta bimbingan yang dapat membantu proses penyusunan skripsi, yaitu kepada:

1. Allah SWT karena dengan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
2. Bapak Azwar, SS., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Kak Anindita Lintangdesi A., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, mengarahkan, memberikan waktu, serta memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Kak Vina Mahdalena, M.Si. dan Ibu Dra. Siti Maryam, M.Si. selaku dosen penguji atas saran dan bimbingannya untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang senantiasa memberikan banyak ilmu yang bermanfaat selama masa kuliah.
6. Ayah dan Mama tersayang, Teh Nuke tercinta dan seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan moril, materiil, serta do'a untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
7. Ana Setianingsih, selaku orang tercinta penulis yang senantiasa menemani dan memberikan dukungan serta semangat sejauh ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi hingga tuntas.

8. Seluruh sahabat-sahabat penulis sejak mahasiswa baru hingga saat ini, Ginanda Rezza Fatahillah, Arsyal Alfansyah, RM Harya Nayottama A., Lorensius Prihantoro, Ridho Artha Arvizu, Muhammad Akbar Fahlevi, Ahmad Fadlan, Ananta Excel Y.A., Fasya Yasin Nurrahman, Muhammad Farrel Dylan R., Gabriel Tito Zacharias, dan seluruh teman-teman penulis yang senantiasa menjadi teman berdiskusi dan bertukar pikiran selama penulisan skripsi ini.

Bogor, 13 November, 2023

Dito Raihan Alwan

# **Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian *Set Top Box* Matrix Apple**

Dito Raihan Alwan

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

[ditoraihan@upnvj.ac.id](mailto:ditoraihan@upnvj.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen yang terjadi dalam keputusan pembelian *Set Top Box* Matrix Apple serta untuk menganalisis perilaku konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian *Set Top Box* Matrix Apple dibandingkan merek lain dengan menggunakan konsep perilaku konsumen, model perilaku konsumen, keputusan pembelian, hingga tahapan proses keputusan pembelian. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara. Penelitian menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan dengan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku konsumen dalam memilih *Set Top Box* Matrix Apple ditentukan oleh faktor-faktor seperti budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Konsumen memilih produk berdasarkan kebutuhan, preferensi pribadi, dan rekomendasi dari keluarga atau lingkungan sosialnya. Proses keputusan pembelian meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Konsumen memilih Matrix Apple atas dasar evaluasi kualitas, fitur yang ditawarkan, serta rekomendasi dari orang terdekat. Faktor seperti harga, performa produk, dan pengaruh dari lingkungan sosial (seperti rekomendasi dari keluarga) menentukan keputusan pembelian konsumen.

**Kata kunci:** *Set Top Box*, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian



# **Consumer Behavior in The Decision to Purchase Matrix Apple Set Top Box**

Dito Raihan Alwan

Communication Science, Faculty of Social and Political Sciences,  
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

[ditoraihan@upnvj.ac.id](mailto:ditoraihan@upnvj.ac.id)

## **ABSTRACT**

*This research aims to find out how consumer behavior occurs in the decision to purchase the Apple Matrix Set Top Box and to analyze consumer behavior in the decision making process of purchasing the Apple Matrix Set Top Box compared to other brands using the concept of consumer behavior, consumer behavior models, purchasing decisions, and stages of the purchasing decision process. The method used is descriptive qualitative. Data collection techniques were carried out by interviews. The research uses data reduction techniques, data presentation, and data retrieval with data triangulation. The research results show that consumer behavior in choosing the Apple Matrix Set Top Box is determined by factors such as cultural, social, personal and psychological. Consumers choose products based on their needs, personal preferences, and recommendations from their family or social environment. The purchasing decision process includes problem recognition, information search, alternative evaluation, purchasing decisions, and post-purchase behavior. Consumers choose Matrix Apple based on evaluation of quality, features offered, as well as recommendations from people closest to them. Factors such as price, product performance, and influences from the social environment (such as recommendations from family) determine consumer purchasing decisions.*

**Keywords:** *Set Top Box, Consumer Behavior, Purchase Decisions*

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
<b>BAB II .....</b>	<b>11</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>
2.1 Konsep dan Teori Penelitian .....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	14
2.1.4 Faktor-Faktor Perilaku Konsumen .....	17
2.1.5 Jenis-jenis Perilaku Pembelian .....	22
2.1.6 Sikap Konsumen.....	23

2.1.7	Kepuasan (Satisfaction) Konsumen.....	23
2.1.9	Dimensi-Dimensi Keputusan Pembelian.....	27
2.1.10	Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	29
2.1.11	Televisi Digital .....	30
2.1.12	Set Top Box .....	31
2.2	Kerangka Pemikiran .....	33
<b>BAB III.....</b>		<b>34</b>
METODE PENELITIAN .....		34
3.1	Objek Penelitian .....	34
3.2	Jenis Penelitian .....	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4	Sumber Data.....	35
3.5	Teknik Analisis Data .....	36
3.6	Teknik Keabsahan Data .....	37
3.7	Tabel Rencana Waktu.....	38
<b>BAB IV .....</b>		<b>39</b>
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Deskripsi Objek Penelitian .....	39
4.1.1	Set Top Box Matrix Apple .....	39
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1	Deskripsi Singkat Informan.....	45
4.3	Analisis .....	46
4.3.1	Proses Keputusan Pembelian Matrix Apple Dibanding Brand Lain .....	46
4.3.2	Tahap Proses Keputusan Pembelian.....	47
4.3.3	Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Set Top Box Matrix Apple .....	53
4.4	Pembahasan .....	69
4.4.1	Proses Keputusan Pembelian Matrix Apple Dibanding Brand Lain .....	69
4.4.2	Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Set Top Box Matrix Apple .....	73
<b>BAB V.....</b>		<b>79</b>
PENUTUP.....		79
5.1	Kesimpulan.....	79

5.2	Saran.....	80
5.2.1	Saran Akademis.....	80
5.2.2	Saran Praktis.....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....</b>	<b>18</b>
<b>Tabel 2. Kriteria Informan .....</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3. Tabel Rencana Waktu .....</b>	<b>38</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. Proses Keputusan Pembelian .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 2. Alur Berpikir Penelitian .....</b>	<b>33</b>
<b>Gambar 3. Set Top Box Decoder .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 4. Matrix Apple Merah .....</b>	<b>43</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup .....</b>	<b>85</b>
<b>Lampiran 2. Transkrip Wawancara .....</b>	<b>86</b>
<b>Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara .....</b>	<b>109</b>