

SKRIPSI

Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian *Miniscale*

(Studi Kasus Pada Anggota Grup *Miniscale* di *Facebook*)



Disusun oleh:

Christoper Richard Herlianto

22.D1.0066

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

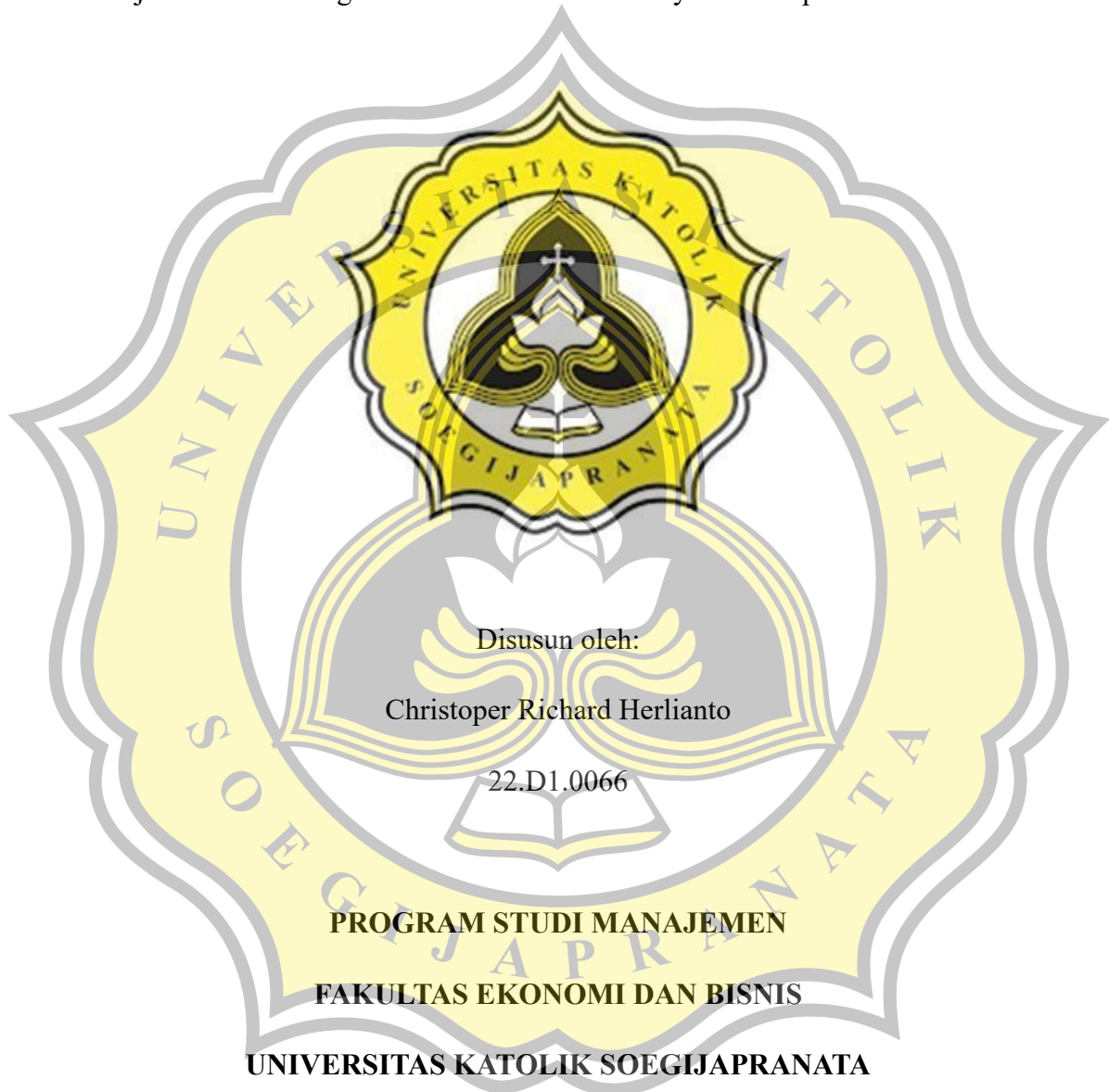
2026

SKRIPSI

Analisis Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian *Miniscale*

(Studi Kasus Pada Anggota Grup *Miniscale* di *Facebook*)

Diajukan dalam Rangka Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar S.M



2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk miniscale skala 1/64 pada anggota grup miniscale di Facebook. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan secara online kepada 35 responden yang merupakan anggota komunitas miniscale dan pernah melakukan pembelian produk tersebut. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis faktor dengan bantuan program SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa data layak dianalisis dengan nilai KMO sebesar 0,738 dan signifikansi Bartlett's Test sebesar 0,000. Berdasarkan hasil analisis faktor, terbentuk dua faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian miniscale. Faktor pertama adalah Faktor Kualitas dan Harga, yang terdiri dari variabel detail produk, tampilan menarik, dan potensi kenaikan harga di masa depan. Faktor kedua adalah Faktor Hobi dan Kepuasan, yang terdiri dari variabel hobi mengoleksi, jenis mobil favorit, keberagaman produk, serta pengaruh teman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk dan tampilan visual menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, disertai dengan pertimbangan nilai investasi. Selain itu, aspek hobi dan kepuasan pribadi juga berperan penting dalam mendorong konsumen untuk membeli miniscale. Dengan demikian, produsen dan penjual disarankan untuk meningkatkan kualitas detail produk serta memahami preferensi kolektor untuk menarik minat pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, miniscale, analisis faktor, kualitas produk, hobi koleksi