

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU KENTAL MANIS  
CAP NONA DI SUPERMARKET LESTARI BARU  
GEMOLONG**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Oleh :**

**HARMADI SIREGAR**

**B. 100 020 261**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2006**

**HALAMAN PENGESAHAN**

SKRIPSI BERJUDUL :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU KENTAL MANIS CAP  
NONA DI SUPERMARKET LESTARI BARU GEMOLONG**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh :

NAMA : HARMADI SIREGAR

NIM : B 100 020 261

Telah Dipertahankan Di depan Penguji pada tanggal :

.....

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat Untuk Diterima

Pembimbing Utama

**(Drs. Edi Priyono, MM)**

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Drs. H. Syamsudin, MM)**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini kupersembahkan untuk :*

*Bapak dan Ibunda Tercinta terima kasih atas restu dan do'amu tuk lalui sebuah perjalanan menuju asaku. Kasih Terindah yang pernah aku miliki sebagai cermin hidup yang tak pernah letih memahami, mengajarkan dan mengalirkan kasih sayang dengan pengorbanan yang membuatku berarti.*

## **MOTTO**

Sabar adalah cara utama menangani kesulitan agar mampu menuju kemenangan gemilang. Sabar bukan berarti pasrah terhadap keadaan tetapi tenang namun pasti dalam mencari penyelesaian.

( Syech Abdul Kadir Al Jaelani )

Dengan ilmu kehidupan menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi indah dan dengan agama kehidupan menjadi terarah.

( H.A.Mukti Ali )

Memang baik jadi orang penting tapi lebih penting jadi orang baik.

(Penulis)

## ABSTRAKSI

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut : untuk menguji pengaruh antara variabel harga, kemasan dan iklan terhadap keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona serta untuk menguji faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona.

Adapun manfaat penelitian ini adalah agar dapat digunakan sebagai bahan informasi perusahaan dalam pengambilan keputusan berkaitan dengan pemasaran produk susu kental manis Cap Nona serta untuk menambah informasi bagi mahasiswa yang ingin mengadakan penelitian terhadap masalah yang sejenis.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah : terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kemasan dan iklan terhadap keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona di Supermarket Lestari Baru Gemolong serta variabel harga mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona di Supermarket Lestari Baru Gemolong. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang responden. Metode pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, kuesioner dan kepustakaan. Teknik analisis datanya menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :  $Y = -3,383 + 0,560X_1 + 0,274X_2 + 0,345X_3$ . Angka koefisien determinasi menunjukkan 0,546. Hal ini berarti 54,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, kemasan dan iklan. Nilai t hitung untuk  $X_1 = 5,381$ ,  $X_2 = 2,582$  dan  $X_3$  untuk nilai F hitung = 18,443 > F tabel = 3,23, berarti secara bersama-sama ada pengaruh yang signifikan antara variabel harga, kemasan dan iklan terhadap keputusan susu kental manis Cap Nona.

Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona dipengaruhi oleh variabel harga, kemasan dan iklan dan variabel harga mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan variabel iklan dan kemasan dalam mempengaruhi keputusan pembelian susu kental manis Cap Nona dengan nilai uji t sebesar 5,381. Dan dilihat dari nilai beta (?) harga 0,544 signifikan 0,000 terbukti kebenarannya tentang dugaan tersebut.

***Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Kemasan, Iklan***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan sebagian dari Persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Terselesainya skripsi ini tak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung, meski begitu dalam penulisan ini masih terdapat kesalahan dan kekurangan. Semua ini menjadi tanggung jawab penulis sepenuhnya.

Oleh karena itu penulis senantiasa menerima kritik, saran dan masukan dari berbagai pihak untuk karya ini. Sebuah karya yang belum dapat dikatakan sempurna karena masih terdapat kekurangan dan kelemahan didalamnya.

Tak lupa pula penulis mengucapkan, terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Syamsudin, MM, selaku Dekan serta seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta atas bantuannya demi kelancaran penyusunan dan penulisan skripsi ini.
2. Drs. Edi Priyono, MM selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, petunjuk, saran-saran dan dorongan yang sangat berarti bagi penulis.
3. Drs. Agus Muqorobin selaku ketua jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Pimpinan Supermarket Lestari Baru Gemolong yang telah memberikan kerjasama yang baik dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan mudah-mudahan skripsi ini akan memberikan manfaat bagi para pembaca.

Surakarta, 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II.    LANDASAN TEORI.....	6
A. Pengertian Perilaku Konsumen .....	7
B. Pendekatan Dalam Mempelajari Perilaku Konsumen.....	8
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
D. Model-model Perilaku Konsumen.....	20
E. Teori-teori Permintaan Konsumen.....	21



F. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan.....	22
G. Perilaku Konsumen.....	23
H. Harga .....	26
I. Kemasan.....	29
J. Iklan.....	30
K. Keputusan Pembelian.....	32
L. Review Penelitian Terdahulu .....	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Kerangka Pemikiran .....	37
B. Hipotesis .....	38
C. Jenis Penelitian.....	39
D. Populasi dan Sampel.....	39
E. Metode Pengumpulan Data .....	40
F. Analisis Data .....	41
BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN.....	46
A. Gambaran Umum Toserba .....	46
B. Analisis Data .....	50
C. Pembahasan .....	58
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
A. Kesimpulan .....	59
B. Keterbatasan penelitian .....	60
C. Saran-saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Tabel 1.	Umur Responden.....	50
----------	---------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Kerangka Analisis .....	37
4.1. Struktur Organisasi Toserba Lestari Baru Gemolong .....	47