

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK INDOMIE
DI SOLO GRANDMALL SUPERMARKET
SURAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Mencapai Gelar Strata 1
Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Disusun Oleh:

DWI ANDRI ASTUTI
B.100.030.181

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2007

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK INDOMIE DI SOLO GRANDMALL
SUPERMARKET SURAKARTA**

Yang ditulis oleh: **DWI ANDRI ASTUTI** NIM: B.100.030.181

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Juni 2007

Pembimbing Utama

(Drs. Muh. Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs. H. Syamsuddin, MM)

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA **FAKULTAS EKONOMI**

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : DWI ANDRI ASTUTI
NIM : B 100 030 181
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK
INDOMIE DI SOLO GRANDMALL SUPERMARKET
SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila di kemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa Skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, JUNI 2007
Yang membuat pernyataan,

DWI ANDRI ASTUTI

HALAMAN MOTTO

- Jadikan sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang bersungguh-sungguh (QS. Al-Baqarah: 45)
- Dialah ALLAH yang menciptakan bumi seisinya. Dan kemudian menciptakan surga dan menjadikannya 7 lapis sesungguhnya ALLAH Maha Mengetahui Segalanya (QS. Al-Baqarah: 29)
- Ilmu dan hati adalah kekayaan yang tak ternilai, kekayaan yang paling tinggi adalah pikiran, kemlaratan dan yang paling parah adalah kebodohan, kesepian, yang paling menakutkan ialah bangga kepada diri sendiri (Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya ini kupersembahkan kepada:

- ❖ Bapak, Ibu dan keluargaku
tercinta
- ❖ Teman-temanku semua
- ❖ Seseorang yang selama ini telah
mengisi hatiku dengan cintanya
- ❖ Almamater

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang merupakan syarat guna memperoleh derajat strata satu (S-1) pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Skripsi ini mengambil judul: “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK INDOMIE DI SOLO GRANDMALL SUPERMARKET SURAKARTA”

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan tidak menutup kemungkinan membutuhkan begitu banyak saran dan kritikan yang bersifat membangun sehingga dapat membantu penulis untuk menyusun karya ini dengan lebih sempurna lagi diwaktu yang akan datang. Maka tidaklah berlebihan apabila penulis juga berkenan menyampaikan rasa terima kasih yang tulus dari hati yang terdalam kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. H. Syamsuddin, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Widoyono, MM selaku Pembimbing Akademik yang selama ini selalu memberikan arahan serta petunjuk dengan sabar dan bijaksana.
4. Bapak Drs. Muh. Nasir, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan segenap pikiran dan waktunya serta untuk kesabarannya dalam membimbing dan mengarahkan penulisan skripsi.
5. Bapak dan Ibu Dosen beserta seluruh keluarga besar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Bapak/Ibu/Sdr/Sdri yang telah bersedia menjadi responden untuk data penelitian ini.
7. Bapak dan Ibukku tercinta yang tak henti-hentinya membantu do'a, memberikan dorongan lahir batin dalam menjalani hidup ini. Kasih sayangmu tak kan pernah luntur ditelan waktu.
8. Keluarga besarku, Bapak Suparjo, Ibuk Darmini, Adekku Ndut, Nenekku & Kakakku Mas Eko makasih untuk kasih sayang & supportnya.
9. Kekasihku Joko yang selama ini selalu menemaniku dalam suka dan duka, dan tak henti-hentinya memberikan *support* dan cintanya, *I Love U*.
10. Sobatku Ndah ("IneM") yang selalu menemaniku dalam suka dan duka, makasih sudah mau mendengarkan keluh kesahku selama ini.
11. Ndah, Noer, Pie-piet, Mamie, Kecil, Rosita, Azhar, Aziz, Dimas kelas D angkatan '03 semuanya thanks banget atas persahabatannya.
12. Semua penghuni kost Ar-Rahmah, Mbak Aroem, Mbak Ika, Iko Juwi, Nurul, Anis, Uli, Dwek, Mbak Idjo, Mbak Ani makasih untuk semuanya.
13. Buat You-youn, Tiax, Rino, Dwek poo, Wito, Moca makasih buat persahabatannya selama ini & tetep kompak.
14. Teman-teman dan rekan-rekan Kelas E Angkatan 2003, semoga persahabatan kita tidak terputus sampai disini saja, sambung silaturahmi ya....!!!

Penulis menyadari sepenuhnya, dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang bersifat membangun.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pemasaran	8
1. Pengertian Pemasaran	8
2. Konsep Pemasaran	9
3. Pengertian Manajemen Pemasaran	11

B. Perilaku Konsumen	12
1. Pengertian Perilaku Konsumen	12
2. Keputusan Pembelian	12
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	15
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	15
1. Harga.....	15
2. Kualitas Produk	17
3. Promosi	21
D. Rujukan Penelitian Terdahulu	24

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran	25
B. Hipotesis	26
C. Definisi Operasional Variabel	27
D. Jenis Data.....	29
E. Populasi, Sampel dan Sampling	30
1. Populasi	30
2. Sampel	30
3. Teknik Sampling	30
F. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Observasi.....	31
2. Wawancara	31
3. Kuesioner	32

G. Metode Analisis Data	32
1. Uji Pra-Syarat Penelitian	32
2. Uji Asumsi Klasik	34
3. Uji Hipotesis	36
BAB IV HASIL PENELITIAN, ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
A. Penyajian Data Penelitian	40
1. Karakteristik Demografi Daerah.....	40
2. Karakteristik Monografi Daerah	41
3. Batas Wilayah	42.
B. Karakteristik Responden	43
C. Analisis Data	46
1. Uji Pra-Syarat Angket Penelitian	46
2. Analisis Asumsi Klasik	49
3. Uji Hipotesis	52
D. Pembahasan.....	59
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Keterbatasan Penelitian	63
C. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran	25

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Luas Wilayah dan Pembagian Administrasi Tiap Kecamatan Kotamadia Surakarta, Tahun 2006.....	40
Tabel 4.2 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Tiap Kecamatan Kota Surakarta.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	43
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	44
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan .	45
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_1).....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)	47
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Pronosi (X_3)	47
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) ...	48
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner.....	49
Tabel 4.13 Uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Regresi Berganda	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Deskripsi Jawaban Responden

Lampiran 3. Uji Pra-Syarat Angket Penelitian

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5. Uji Hipotesis

Lampiran 6. Distribusi Nilai r_{tabel} Pada Taraf Signifikansi 5% dan 1%

Lampiran 7. Distribusi Nilai t_{tabel}

Lampiran 8. Distribusi Nilai $F_{0,05}$

ABSTRAKSI

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah terdapat pengaruh antara harga, kualitas produk dan promosi secara individual dan bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen produk indomie pada Solo Grandmall Supermarket Surakarta? 2) Faktor manakah yang mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen produk Indomie pada Solo Grandmall Supermarket Surakarta?

Dalam penelitian ini populasi adalah semua konsumen indomie yang sedang berbelanja di Solo Grandmall Supermarket Surakarta. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan teknik *convenience sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menyatakan bahwa: 1) Pernyataan hipotesis bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, promosi secara individual maupun bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen produk Indomie di Grandmall Supermarket Surakarta terbukti, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar $X_1 = 0,293$, $X_2 = 0,321$, $X_3 = 0,293$ dan didukung hasil nilai t_{hitung} sebesar variabel harga (X_1) sebesar 3,839, kualitas produk (X_2) sebesar 3,304, promosi (X_3) sebesar 2,835 dimana semua nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$; selain itu diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($80,433 > 2,68$); 2) Pernyataan hipotesis yang menyatakan bahwa harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen produk Indomie pada Grandmall Supermarket Surakarta terbukti, hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} yang terbesar dari ketiga variabel tersebut adalah variabel harga yaitu sebesar 3,839; sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,734 atau 73,4%. Hal ini berarti bahwa pengaruh variabel harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 73,4% sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Katakunci: harga, kualitas produk, promosi, keputusan pembelian konsumen