

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU KEPEL "38" DI DESA
PURWOGONDO KECAMATAN KARTASURA
KABUPATEN SUKOHARJO**



SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Guna Melengkapi Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Surakarta .

Disusun Oleh :

MUH. SIDIQ AL USWAH

B 100 070 101

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011



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 dibawah ini :

Nama : **M. SIDIQ AL-USWAH**
NIRM : **07.6.106.02016.50101**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU
KEPEL "38" DI DESA PURWOGONDO
KECAMATAN KARTASURA KABUPATEN
SUKOHARJO**

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 dikemudian 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, **Agustus 2011**

Yang membuat pernyataan,

M. SIDIQ AL-USWAH

HALAMAN PENGESAHAN

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

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TAHU KEPEL "38" DI DESA
PURWOGONDO KECAMATAN KARTASURA KABUPATEN
SUKOHARJO**

Yang ditulis oleh :

Nama : Muh. Sidiq Al Uswah

NIM : B 100 070 101

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2011
Pembimbing

(Drs. Jati Waskito, M.Si)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, SE., M.Si.)

MOTTO

- Orang yang ikhlas tidak akan membedakan amal kecil atau besar, karena kecil dalam pandangan manusia belum tentu kecil dalam pandangan Allah.

(Manajemen Qolbu)

- Kejujuran membuat pesona tersendiri, yang dapat menyentuh nurani dan menuai kekaguman serta memanen kewibawaan

(Manajemen Qolbu)

- Dan laksanakan salat, tunaikan zakat, dan taatlah kepada Rasul (Muhammad agar kamu diberi Rahmat)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- Orang tuaku yang tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a yang tak pernah lekang oleh waktu dan selalu memberikan dukungan materil.
- Kakak-kakakku dan keponakan-keponakanku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan kerukunan diantara kita
- Teman-teman seperjuanganku

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian : 1) Untuk menganalisis pengaruh signifikansi variabel kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. 2) Untuk menganalisis pengaruh signifikansi variabel promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo, 3) Untuk menganalisis pengaruh signifikansi variabel kualitas produk dan variabel promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. Hipotesis penelitian : 1) Diduga bahwa variabel kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo. 2) Diduga bahwa variabel promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo, 3) Diduga bahwa kualitas produk dan variabel promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian tahu kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji t_{test} maka diperoleh yaitu : Variabel kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($9,066 > 1,960$) atau karena $t.sig$ ($0,000$) lebih kecil dari $0,05$ (α) maka secara signifikan Kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tahu Kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Variabel Promosi diperoleh hasil t hitung lebih besar dari t tabel ($6,481 > 1,960$) maka hal ini menunjukkan bahwa promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian atau karena $t.sig$ ($0,000$) lebih kecil dari $0,05$ (α) maka secara signifikan Promosi berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Tahu Kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($96,795 > 4,00$), maka H_0 ditolak, Berarti secara bersama-sama variabel kualitas (X_1) dan Promosi (X_2) secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian (Y) Tahu Kepel "38" di Desa Purwogondo Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo. Sehingga model yang digunakan adalah fit.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan sukar rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Jati Waskito, Se., M.Si selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. LJMS yang telah banyak memberi bantuannya.
5. Bapak Joyo terima kasih telah mengizinkan penulis dalam pembuatan skripsi.
6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus,

tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.

7. Pacarku yang tercinta yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi
8. Teman-teman seangkatan terutama kelas D terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
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 Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
A. Produk.....	7
B. Promosi	10
C. Perilaku Konsumen.....	14
D. Keputusan Pembelian	21
E. Kerangka Berpikir.....	23

	F. Penelitian Terdahulu	25
	G. Hipotesis	26
BAB III	METODE PENELITIAN	27
	A. Populasi dan Sampel.....	27
	B. Variabel Penelitian.....	29
	C. Sumber Data	30
	D. Metode Pengumpulan Data.....	31
	E. Validitas dan Reliabilitas	32
	F. Metode Analisis Data.....	37
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
	A. Deskripsi Responden	42
	B. Analisis Data	44
	1. Uji Hipotesis	44
	2. Uji Normalitas.....	51
	C. Pembahasan	52
BAB IV	PENUTUP	54
	A. Kesimpulan	54
	B. Keterbatasan Penelitian.....	55
	C. Saran-saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas	35
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi	35
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.1	Karakteristik Umur	42
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.4	Lamanya Menjadi Konsumen	44
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Perilaku Konsumen Model Kotler dan Amstrong.....	16
Gambar 2.2 Model Proses Pembelian Lima Tahap.....	21
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir	24