

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK
AQUA DI KECAMATAN TASIKMADU KARANGANYAR**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

Oleh :

ENDRI SUSILO

B 100 070 218

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK
AQUA DI KECAMATAN TASIKMADU KARANGANYAR**

Yang ditulis oleh :

ENDRI SUSILO

NIM. B 100 070 218

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, 2011

Pembimbing Utama

(Drs. Edi Priyono, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. TRIYONO, M.Si)



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 : **ENDRI SUSILO**
NIRM : **100 070 218**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA DI KECAMATAN
TASIKMADU KARANGANYAR**

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, **Juli 2011**

Yang membuat pernyataan,

ENDRI SUSILO

HALAMAN 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)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini teruntuk :

- 1. Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan dan telah memberikan pengaruh dalam hidupku.*
- 2. Kakak-kakakku dan adik-adikku tersayang*
- 3. Almamater*

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ? 2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum Aqua di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar?

Hipotesis yang diajukan adalah 1) Diduga bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum AQUA di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar? 2) Diduga bahwa kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam pembelian air minum AQUA di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar ?

Teknik pengumpulan sampel dilakukan dengan teknik *Convenience Sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan dengan cara yang mudah melalui pemberian kuisioner langsung pada konsumen saat membeli produk Aqua.

Berdasarkan hasil uji t test diperoleh variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel harga tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Variabel promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Dalam hal ini faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah kualitas produk karena kualitas produk memiliki koefisien regresi ($b_1 = 0,689$) yang lebih besar dibandingkan harga ($b_2 = -0,088$) dan promosi ($b_3 = 0,211$).

Berdasarkan hasil uji F diperoleh $F_{hitung} (47,239) > F_{tabel} (2,76)$ maka H_0 ditolak, berarti variabel kualitas produk, harga, dan promosi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci : Kualitas produk, harga, promosi dan keputusan konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Sesungguhnya hanya karena Alloh SWT, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Air Minum Merek Aqua Di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar“ ini merupakan tugas akhir yang disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Bapak Drs. Edi Priyono, MM selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan skripsi.
4. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Mama tercinta yang telah memberikan perhatian, kesempatan, biaya, dorongan dan dukungan doa, semoga jerih payahku selama ini sesuai dengan apa yang engkau harapkan.

6. Kekasihku tercinta selalu mendampingi, terima kasih atas cinta tulus & sucinya serta bantuan, perhatian & dukungannya hingga terselesaikannya skripsi ini
7. Adik-adik dan saudara-saudaraku seiman semoga selalu diberkahi oleh Allah SWT. Amin
8. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan baik penulisan maupun penyajian. Untuk saran dan kritik yang bersifat membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini menjadi awal perjalanan hidup yang lebih baik bagi penulis. Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	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	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Skripsi	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Konsep Pemasaran	6
B. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
C. Perilaku Konsumen	13
D. Teori Perilaku Konsumen	14
E. Model Perilaku Konsumen	16

	F. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	18
	G. Proses Keputusan Membeli	22
	H. Penelitian Terdahulu	26
BAB III	METODE PENELITIAN	28
	A. Kerangka Pemikiran	28
	B. Hipotesis	29
	C Data dan Sumber Data	29
	D Teknik Pengambilan Sampel	30
	E. Definisi Operasio nal dan Pengukuran Variabel	30
	F. Teknik Pengumpulan Data.....	32
	G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	33
	H. Analisis Data	34
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA.....	40
	A. Deskripsi Responden	40
	B. Analisis Data.....	45
	C. Uji Asumsi Klasik	45
	D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
BAB V	PENUTUP	55
	A. Kesimpulan	55
	B. Keterbatasan Penelitian	56
	C. Saran	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV.1 Responden Menurut Tingkat Usia	40
Tabel IV.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	41
Tabel IV.3 Responden Menurut Tingkat Pendidikan	41
Tabel IV.4 Responden Menurut Tingkat Pekerjaan	42
Tabel IV.5 Responden Menurut Tingkat Pendapatan	42
Tabel IV.6 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	43
Tabel IV.7 Tanggapan Responden Terhadap Harga	44
Tabel IV.8 Tanggapan Responden Terhadap Promosi	44
Tabel IV.9 Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Konsumen	45
Tabel IV.10 Uji Mutikolinearitas	46
Tabel IV.11 Uji Heteroskedastisitas	46
Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar III.1 Kerangka Pemikiran	28