

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *DEPARTMENT STORE*  
PALUR PLASA**



**SKRIPSI**

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

Oleh :

**CHOLIS WAHONO**

**B 100 070 035**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011**

## **PENGESAHAN**

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

**“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *DEPARTMENT STORE*  
PALUR PLASA”**

Disusun Oleh :  
CHOLIS WAHONO  
B100 070 035

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2011

Pembimbing Utama

**(Rini Kuswanti, SE, M.Si.)**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

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



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : CHOLIS WAHONO  
NIM : B100070035  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA *DEPARTEMENT STORE* PALUR PLASA

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,

**CHOLIS WAHONO**

## *MOTTO*

*“Allah tidak akan membebani seseorang, kecuali sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang dikerjakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”*

*(Al-Baqarah: 286)*

**Jangan lari dari masalah, namun hadapilah masalah mu  
tersebut !!!**

**Jadilah pribadi diri mu sendiri.**

**Tujuan utama dalam hidup adalah bahagia dunia dan akhirat.**

**Seseorang dipercaya dari perkataannya, jagalah perkataanmu.**

**Perbanyak saudara, dan tidak memiliki musuh.**

**Jadikan perbedaan sebagai pemersatu.**

# **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini dipersembahkan penulis kepada :**

- ❖ **Tuhan dan Agama ku**
- ❖ **Negara dan bumi tanah air ku**
- ❖ **Bapak dan Ibu tercinta atas pengorbanan, doa dan kasih sayangnya, selalu setia membimbingku dalam menjalani hidup.**
- ❖ **Kakak sekeluarga yang selalu memberi semangat dalam segala hal.**
- ❖ **Seluruh keluarga dan teman-teman ku tercinta**
- ❖ **Almamaterku**

## *Kata Pengantar*



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Rini Kuswanti, SE, M.Si. Seselaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen Manajemen dan staf FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

6. Bapak dan Ibu tersayang yang selalu tak kenal lelah bekerja untuk kebaikan seluruh keluarga
7. Teman-teman Kuliah ku angkatan 2007. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri. Thanks atas kebersamaan kita selama ini.
8. Buat teman-temanku “Gank Kadal” (Njentit, Kendil, Rully, Phapua, Ndemak, Pakdhe, Haris, dll) yang selalu bersama-sama dalam suka maupun duka.
9. Buat temen-temen (Bang Tello, Pak’e, Babahe, Bambang, Mbob, Mas Nalo, Bolot, Kethek, Khenthus, Tomblank, Jibrut, Bonsai, Tjah-Tjah Oi Oi.
10. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Juli 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Pembatasan Masalah .....	3
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian pemasaran.....	7
B. Konsep Pemasaran .....	9



C. Perilaku Konsumen .....	12
D. Model Perilaku Konsumen.....	14
E. Proses Pembelian .....	15
F. Proses Keputusan Pembelian .....	17
G. Marketing Mix .....	19
H. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	26
I. Hipotesis .....	29
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Kerangka Pemikiran .....	30
B. Devinisi Operasi Variabel .....	21
C. Populasi Dan Sampel .....	34
D. Jenis Dan Sumber Data .....	36
E. Sampling .....	37
F. Analisis Data .....	38
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum .....	46
B. Diskripsi Data.....	50
C. Analisis Data .....	53
D. Pembahasan .....	70
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan .....	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 51
Tabel 4.2	Karakteristik Usia Responden..... 52
Tabel 4.3	Karakteristik jenis Pekerjaan Responden..... 53
Tabel 4.4	KMO and Bartlett's Test ..... 44
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas ..... 55
Tabel 4.6	Hasil Reliabilitas Pada Variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ) dan Promosi ( $X_4$ ), Serta Keputusan Pembelian ( $Y$ )..... 56
Tabel 4.7	Hasil Penguji Multikolinieritas Masing-Masing Variabel Produk, Harga, Dan Tempat ..... 57
Tabel 4.8	Hasil Uji Heteroskedasitas ..... 58
Tabel 4.9	Hasil Penguji Normalitas Masing-Masing Variabel..... 60
Tabel 4.10	Rekapitulasi Regresi Berganda ..... 61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	14
Gambar 2.2 Model Perilaku Konsumen .....	15
Gambar 2.3 Proses Keputusan Pembeli .....	17
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran .....	30

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Surat Kuesioner

Lampiran 2. Angket Penelitian

Lampiran 3. Data Responden

Lampiran 4. Uji Multikolinieritas

Lampiran 5. Uji Heteroskedastisitas Dan Uji Normalitas

Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Lampiran 7. Analisis Validitas Menggunakan CFA

## ABSTRAKSI

Perusahaan didirikan bertujuan untuk mempertahankan hidup dan mencari keuntungan yang maksimal. Untuk itu perusahaan memerlukan suatu sarana untuk mempertahankan pasar perusahaan, bahkan untuk meningkatkan penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yaitu dengan faktor produk, harga, tempat dan promosi.

Perumusan masalah yaitu: 1) Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor produk, harga, tempat dan promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa? 2) Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor produk, harga, tempat dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa? 3) Faktor manakah yang lebih dominan diantara produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa?

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini: uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji auto korelasi dan uji normalitas dan uji hipotesis meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, uji F (uji simultan), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Hasil dari analisis data dapat disimpulkan adalah: Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel produk, variabel harga, variabel tempat dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa, dan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa adalah variabel harga sebesar 0,333, dibandingkan dengan variabel produk sebesar 0,215, variabel tempat sebesar 0,294 dan variabel promosi sebesar 0,146. Jadi hipotesis yang menyatakan “ Diduga variabel harga adalah faktor yang dominan terhadap keputusan pembelian pada *departement store* palur plasa” terbukti dengan hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan variabel produk, variabel tempat dan variabel promosi.

***Kata kunci: produk, harga, tempat dan promosi***