

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH CELUP MEREK
SARIWANGI DI SWALAYAN DHIAN
GENTAN SUKOHARJO**



SKRIPSI

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

Oleh :

BUDI LAKSONO
B. 100 080 140

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2012**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN TEH CELUP MEREK SARIWANGI DI SWALAYAN DHIAN
GENTAN SUKOHARJO

Yang ditulis oleh :

BUDI LAKSONO
B. 100 080 140

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta , 2012

Pembimbing I

(Drs. Moech. Nasir, MM)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Orang tuaku Papa dan Mama yang tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a nya sepanjang hari dan waktu untuk kesuksesan ananda.
- ✍ Mas, Mbakku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku.
- ✍ Almamaterku

MOTTO

? *Lakukanlah segala pekerjaan dengan maksimal, sebab mengerjakan sesuatu setengah-setengah menunjukkan keragu-raguan dan itu adalah orang yang munafik*

(Manajemen Qolbu)

? *Kesuksesan sejati adalah ketika kita berhasil menyakinkan bahwa semua yang diperoleh pada dasarnya bersumber dari kemurahan Allah*

(Penulis)

? *Bangunan tanpa pondasi akan roboh demikian juga hidup, kita tidak akan hidup sukses tanpa melakukan ibadah dengan niat yang benar dan sesuai contoh Rasulullah.*

(Manajemen Qolbu)

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisa pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Teh Celup merek Sariwangi di Swalayan Dhian Gentan Sukoharjo dan 2) Untuk menganalisa diantara harga, produk dan promosi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Teh Celup merek Sariwangi di Swalayan Dhian Gentan Sukoharjo.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah ada pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Teh Celup merek Sariwangi di Swalayan Dhian Gentan Sukoharjo.

Berdasarkan hasil uji t bahwa variabel harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Teh Celup merek Sariwangi. Berdasarkan nilai koefisien regresi (B) maka variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Teh Celup merek Sariwangi di Swalayan Dhian Gentan Sukoharjo adalah Promosi.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti secara bersama-sama variabel variabel Harga (X_1), Produk (X_2), dan Promosi (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup merek Sariwangi di Swalayan Dhian Gentan Sukoharjo

Berdasarkan hasil analisis data *R square* (R^2) dapat dilihat bahwa variabel variabel Harga (X_1), Produk (X_2), dan Promosi (X_3) dapat menjelaskan keputusan pembelian konsumen sebesar 63,1%. Sedangkan sisanya sebesar 36,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model

Kata Kunci : Harga, Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia -Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH CELUP MEREK SARIWANGI DI SWALAYAN DHIAN GENTAN SUKOHARJO".

Didalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan, bimbingan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

Untuk itu dalam kesempatan yang baik ini penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar -besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Agus Muqorobin, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Moech. Nasir, MM selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Papa dan Mama tercinta yang tiada henti-hentinya memberikan do'a, bimbingan, dan dukungan serta kasih sayang yang besar sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik .
5. Mas, Mbak dan adikku terima kasih atas keceriaannya selama ini yang begitu berarti dalam hidupku
6. Direktur dan karyawan Swalayan Dhia n Gentan terima kasih telah mengijinkan penulis untuk penelitian.
7. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu terima kasih telah memberiku bantuan dan dorongan selama penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritikan sertasaran dari pembaca yang bersifat membangun. Dan penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta,

2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Sistematika Skripsi.....	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Perilaku Konsumen.....	11
1. Pengertian dan pentingnya perilaku konsumen.....	11
2. Teori-teori Perilaku Konsumen.....	12
C. Keputusan Pembelian.....	23
D. Peran Pembelian.....	24

E. Produk Dan Barang.....	25
F. Penelitian Terdahulu	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	28
A. Kerangka Pemikiran	28
B. Hipotesis	28
C. Metode Penelitian.....	29
D. Metode Pengumpulan Data	30
E. Definisi Operasional Variabel	30
F. Instrumen Penelitian.....	31
G. Pengujian Instrumen Penelitian.....	32
H. Metode Analisis Data.....	33
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	39
A. Deskripsi Responden.....	39
B. Uji Instrumen Penelitian.....	42
C. Analisa Data	45
D. Pembahasan	53
BAB V. PENUTUP.....	55
A. Kesimpulan	55
B. Keterbatasan Penelitian	55
C. Saran-saran.....	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Umur	39
.....		40
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin	40
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir	41
Tabel 4.4	Lamanya Menjadi Konsumen	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran	28
-------------------------------------	----