

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK CLASS MILD
DI KOTA SURAKARTA**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

**M. ALI SAEFUDIN
NIM. B 100 0 60 284**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2011

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK CLASS MILD DI KOTA
SURAKARTA”**

Yang ditulis oleh :

M. ALI SAEFUDIN
NIM. B 100 0 60 284

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima :

Surakarta, 2011

Pembimbing

(Zulfa Irawati, SE., M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Triyono, M.Si)

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.
Maka apabila telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah
dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.
(QS. Al Insyirah ayat 6-7)

Tidak penting berapa kali kita gagal, yang terpenting adalah
berapa kali kita mampu bangkit dari kegagalan.
(Abraham Lincoln)

Apa pun tugas hidup anda, lakukan dengan baik. Seseorang
semestinya melakukan pekerjaannya sedemikian baik
sehingga mereka yang masih hidup, yang sudah mati, dan
yang belum lahir tidak mampu melakukannya lebih baik lagi.

(Martin Luther King)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Bapak & Ibu tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a yang tak pernah lekang oleh waktu dan selalu memberikan dukungan materil.
- ✍ Kakak & Adikku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan kerukunan diantara kita.
- ✍ Kasihku yang telah mengisi hari-hariku

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, selera atau kesukaan, usia dan pendidikan konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian rokok *Class Mild* dan untuk mengetahui variabel independen yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian rokok *Class Mild*.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga ada pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, selera atau kesukaan, usia dan pendidikan konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian rokok *Class Mild* dan diduga variabel independen yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian rokok *Class Mild* adalah usia.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan *random sampling* dengan metode *convenience sampling* dan sampel yang akan diambil adalah pelanggan rokok *Class Mild* di wilayah Kota Surakarta yang berusia lebih dari 20 tahun sedangkan alat analisis yang digunakan adalah Analisis regresi berganda, Uji t, Uji F (Uji Ketepatan Model) dan Koefisien determinasi (R^2).

Berdasarkan hasil analisis uji t test dan uji F menunjukkan tingkat pendapatan, harga, selera atau kesukaan, usia dan pendidikan berpengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap pengambilan keputusan pembelian Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gunanto (2006) dan Purwaningsih (2007). Selain itu menunjukkan bahwa variabel usia paling besar pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan pembelian rokok *Class Mild*. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gunanto (2006), hal ini berarti hipotesis yang disajikan penulis terbukti kebenarannya

Dampak atau implikasi bagi perusahaan rokok *Class Mild* antara lain hendaknya memperhatikan tingkat pendapatan konsumen, harga produk, selera atau kesukaan, usia konsumen dan pendidikan konsumen karena berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian rokok dan usia yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian rokok *Class Mild* di Surakarta.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian.

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. Ibu Zulfa Irawati, SE., M.Si selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak Imron Rosyadi, SE., M.Si selaku Pembimbing Akademik di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Kakak dan adikku tercinta terima kasih atas dukungannya selama ini
8. Teman-temanku Ferdian, Adika, Rudi, Fuad, Faturohman, Adji, Dwi dan teman kost “Wisma Susi” terima kasih atas kebersamaan dan keceriaannya.

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
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	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.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Perilaku Konsumen.....	12
C. Teori Permintaan.....	24
D. Mekanisme Harga	27
E. Penelitian Terdahulu	28

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	29
	A. Kerangka Pemikiran	29
	B. Hipotesis	30
	C. Definisi Operasional.....	30
	D. Populasi dan Sampel.....	33
	E. Sumber Data	33
	F. Teknik Pengumpulan Data	34
	G. Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian.....	34
	H. Metode Analisis Data.....	36
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
	A. Deskripsi Responden	42
	B. Analisis Data	46
	1. Uji Validitas	46
	2. Uji Reliabilitas.....	50
	3. Analisis Regresi Berganda	51
	4. Uji t.....	52
	5. Uji F.....	60
	6. Koefisien Determinasi (R^2)	62
	C. Pembahasan	62
BAB V.	PENUTUP.....	65
	A. Kesimpulan	65
	B. Keterbatasan Penelitian.....	67
	C. Saran-saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lima tahap proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2. Kurva Permintaan.....	26
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga	46
Tabel 4.7. Rangkuman Hasil Uji Validitas Tingkat Pendapatan (X_1)	47
Tabel 4.8. Rangkuman Hasil Uji Validitas Harga (X_2)	48
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas Selera atau Kesukaan (X_3)	48
Tabel 4.10. Rangkuman Hasil Uji Validitas Usia (X_4).....	49
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Uji Validitas Pendidikan (X_5)	49
Tabel 4.12. Rangkuman Hasil Uji Validitas Pengambilan Keputusan	50
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas	51