

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK  
DI LUMBUNG BATIK SURAKARTA**



**SKRIPSI**

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

Oleh :

**TRI ARYANTO WIBOWO**  
**NIM. 100 070 222**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2011**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN  
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI LUMBUNG BATIK  
SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

**TRI ARYANTO WIBOWO**  
**B. 100 070 222**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima :

Surakarta,

2011

Pembimbing I

**(Drs. Edi Priyono, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

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

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Orang tuaku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan melalui do'a dan selalu memberikan dukungan materiil.
- ✍ Kakak-kakakku yang tercinta yang selalu memberikan dukungan dan membantuku dalam mengarahkan setiap langkah hidupku. Semoga ALLAH SWT selalu memberikan kerukunan diantara kita.
- ✍ Teman – teman seperjuanganku.

## MOTTO

? *Kejujuran membuat pesaon tersendiri, yang dapat menyentuh nurani dan menuai kekaguman serta memanen kewibawaan.*

(Manajemen Qolbu)

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

(Manajemen Qolbu)

? *Seorang ahli ikhlas akan menyembunyikan amalamalannya dari pandangan manusia sebagaimana dia menyembunyikan keburukan-keburukannya.*

(Pringsewu Group)

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah 1) Mengetahui pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian batik di Lumbung Batik Surakarta. 2) Mengetahui diantara harga, produk dan promosi yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik di Lumbung Batik Surakarta

Hipotesis dalam penelitian ini adalah 1) Diduga ada pengaruh yang berarti antara harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian batik di Lumbung Batik Surakarta. 2) Diduga variabel harga yang paling dominan dalam menentukan pengambilan keputusan pembelian batik di Lumbung Batik Surakarta

Berdasarkan hasil uji t test diperoleh bahwa variabel harga menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel produk menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi. Variabel promosi menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan demikian model tersebut bisa dijadikan sebagai prediksi.

Berdasarkan hasil uji F maka secara bersama-sama antara variabel Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), Promosi ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,731, berarti variasi perubahan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel variabel Harga ( $X_1$ ), Produk ( $X_2$ ), dan Promosi ( $X_3$ ) sebesar 73,1%. Sedangkan sisanya sebesar 26,9% 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 "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI LUMBUNG BATIK SURAKARTA".

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. Edi Priyono, MM selaku pembimbing utama yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan dorongan, bimbingan, pengarahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

4. Ayah dan ibuku 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. Semua teman-teman dekatku, makasih atas keceriaan dan hari-hari yang pernah kita lalui bersama itu akan menjadi kenangan bagiku.
6. Semua pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung 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 serta saran dari pembaca yang bersifat membangun. Dan penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 2011

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.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Skripsi.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Perilaku Konsumen.....	7
1. Pengertian dan pentingnya perilaku konsumen.....	7
2. Teori-teori Perilaku Konsumen.....	8
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	10
B. Keputusan Pembelian.....	15



C. Peran Pembelian.....	16
D. Pengertian Pemasaran.....	17
E. Konsep Pemasaran.....	18
F. Produk Dan Barang.....	19
G. Penelitian Terdahulu .....	21
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	23
A. Kerangka Pemikiran .....	23
B. Hipotesis .....	23
C. Metode Penelitian.....	24
D. Metode Pengumpulan Data .....	25
E. Definisi Operasional Variabel .....	25
F. Pengujian Instrumen Penelitian.....	27
G. Metode Analisis Data.....	28
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	32
A. Deskripsi Responden.....	32
B. Uji Instrumen Penelitian.....	34
C. Analisa Data .....	37
D. Pembahasan .....	45
BAB V. PENUTUP.....	47
A. Kesimpulan .....	47
B. Keterbatasan Penelitian .....	48
C. Saran-saran.....	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Umur .....	32
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin .....	33
Tabel 4.3	Karakteristik Pendidikan Terakhir .....	33
Tabel 4.4	Lamanya Menjadi Konsumen .....	34
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Harga .....	35
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Produk.....	35
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	36
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	37