

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK LAPTOP
DI SURAKARTA**



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

AFANDI BAYU MURTI

B. 100 110 311

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2013

PENGESAHAN

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

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN MEREK LAPTOP DI SURAKARTA

Yang ditulis oleh :

Nama : AFAND I BAYU MURTI

NIM : B. 100 110 311

Pendandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 2013

Pembimbing

(Drs. Sri Padmanty, MBA)

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 : **Afandi Bayu Murti**
NIRM : **B. 100 110 311**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
MEREK LAPTOP DI SURAKARTA**

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,.....**2013**.....

Yang membuat pernyataan,

Afandi Bayu Murti

MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat bagi orang yang khusyu’ (yaitu) orang-orang yang menyakini bahwa mereka akan menemui Tuhannya dan bahwa mereka akan kembali kepada -Nya.”

(QS. Al Baqarah, 45-46).

‘Ilmu adalah makna yang pertama, sedangkan yang kedua adalah mempelajarinya, menyebarkan dan memperjuangkannya adalah hakekatnya.”

PERSEMBAHAN

Karya ini Kupersembahkan teruntuk :

- ? Bapak dan ibu yang telah mendidik dan membesarkan aku dengan untaian doa dan kasih sayang yang selalu mengiringi setiap langkahku
- ? Kakak dan Adikku yang telah memberikan dukungan, doa, sehingga mampu memacu semangatku
- ? Seseorang yang kelak menjadi pendampingku
- ? Almamaterku, semoga dari sanalah awal kesuksesanku. Amin

ABSTRAKSI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara harga, kualitas dan bentuk atau model dengan pemilihan merek laptop di Surakarta dan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama ada pengaruh antara harga, kualitas dan bentuk atau model terhadap pemilihan merek laptop di Surakarta.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya (Djarwanto dan Subagyo, 2005: 108). Sampel yang diteliti sebanyak 60 responden yang diambil dari beberapa toko yang ada di wilayah Surakarta.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh hasil diperoleh bahwa kualitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan merek, variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan merek dan bentuk atau model mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pemilihan merek.

Sedangkan hasil uji F diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($22,572 > 3,23$), maka H_0 ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas (X_1), harga (X_2), bentuk atau model (X_3) secara bersama-sama terhadap pemilihan merek (Y) atau karena F_{sig} (0,000) lebih kecil dari dari 0,05 (?) maka kualitas (X_1), harga (X_2), bentuk atau model (X_3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pemilihan merek (Y).

Kata Kunci : Kualitas, Harga, Bentuk atau Model dan Pemilihan Merek

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 sukarela 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 Akademik yang telah banyak membantu, membimbing dan memberikan saran selama aku kuliah di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Sri Padmantlyo, MBA selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
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. Seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seangkatan terima kasih atas keceriaan dan kebahagiaan selama menuntut ilmu di UMS

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, 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
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.....	8
A. Manajemen Pemasaran.....	8
1. Pengertian Pemasaran.....	8
2. Konsep Pemasaran.....	9
B. Perilaku Konsumen.....	9
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen ..	13
C. Pengertian Merek.....	16
1. Pemilihan Merek	17
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Merek.....	19
D. Penelitian Terdahulu.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Kerangka Pemikiran	27
B. Hipotesis	27
C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	28
D. Populasi dan Sampel.....	29
E. Jenis dan Sumber Data	30
F. Metode Pengumpulan Data	30
G. Instrumen Penelitian.....	31
H. Metode Analisa Data	32
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Deskripsi Responden	36
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden.	36
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	37
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
B. Analisa Data.....	38
1. Uji Validitas	39
2. Uji Reliabilitas	41
3. Analisis Regresi Linier Berganda	42

4. Uji t	43
5. Uji F	47
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	49
C. Pembahasan	50
BAB V. PENUTUP.....	51
A. Kesimpulan	51
B. Keterbatasan Penelitian.....	52
C. Saran-saran.....	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	37
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
Tabel 4.5	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas (X_1).....	39
Tabel 4.6	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X_2)	40
Tabel 4.7	Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Bentuk atau Model ...	40
Tabel 4.8	Rangkuman Hasil Uji Validitas Pemilihan Merek (Y).....	41
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....	27