

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BATIK PUSPA DI PASAR KLEWER SURAKARTA**



**SKRIPSI**

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

**OLEH :**

**MUHAMMAD REZA ARCHITO WIBOWO  
NIM. B 100 090 003**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2014**

**HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN BATIK PUSPA DI PASAR KLEWER SURAKARTA**

Yang ditulis oleh :

**MUHAMMAD REZA ARCHITO WIBOWO**  
**NIM. B 100 090 003**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat  
untuk diterima :

Surakarta, Februari 2014

Pembimbing



**(Dr. Sujadi, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi



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



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MUH REZA ARCHITO WIBOWO  
NIRM : 09.6.106.02016.500003  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN BATIK PUSPA DI PASAR KLEWER  
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, \_\_\_\_\_ Februari 2014

Yang membuat pernyataan,

**MUH REZA ARCHITO WIBOWO**

## MOTTO

1. *Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke surga*

*(HR. Muslim)*

2. *Tuntutlah ilmu dan belajarlah (untuk ilmu) ketenangan dan kehormatan diri dan bersikaplah rendah hati kepada orang yang mengajar kamu*

*(HR. At-Thabrani)*

3. *Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)*

*(Q.S. Al-Insyirah : 6-7)*

4. *Kegagalan bukan berarti kita harus berhenti di titik tersebut, dan kegagalan bukan berarti kita harus menyerah dalam segala hal, karena kegagalan kita bisa menjadi lebih baik dan berarti, untuk menggapai cita-cita dan tujuan yang kita inginkan.*

*(Penulis)*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ Kedua orang tua tercinta yang selama ini selalu memberikan dukungan melalui do'a yang tak pernah lekang oleh waktu dan selalu memberikan dukungan materil.
- ✍ Saudara-saudaraku yang kusayangi selalu memberikan dukungan dan membantuku.
- ✍ Almamaterku

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian batik Puspa di Pasar Klewer Surakarta; untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian batik Puspa di Pasar Klewer Surakarta; untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian batik Puspa di Pasar Klewer Surakarta; untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian batik Puspa di Pasar Klewer Surakarta; untuk mengetahui faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian batik Puspa di Pasar Klewer Surakarta.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling* dengan metode *convenience sampling* sedangkan responden yang sedang membeli produk batik di Puspa Pasar Klewer.

Berdasarkan dari hasil uji t bahwa variabel kebudayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel sosial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel psikologis mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian; hasil uji  $F_{hitung} > F_{tabel}$  diketahui  $47,208 > 2,76$ , maka diketahui variabel kebudayaan ( $X_1$ ), sosial ( $X_2$ ), pribadi ( $X_3$ ) dan psikologis ( $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ); hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan *Adjusted R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,651, hal ini menunjukkan bahwa variabel kebudayaan ( $X_1$ ), sosial ( $X_2$ ), pribadi ( $X_3$ ) dan psikologis ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 65,1%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 65,1\% = 34,9\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor psikologi mempunyai pengaruh yang paling besar dalam mempengaruhi keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai beta untuk variabel psikologis sebesar 0,394.

Kata Kunci : Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, dan 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. Bapak Drs. Sujadi, MM selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.
5. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
6. Kakak dan adikku tercinta terima kasih atas dukungannya selama ini

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, Februari 2014

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.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Skripsi.....	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Pengertian Pemasaran.....	7
B. Produk .....	12
C. Perilaku Konsumen.....	17
1. Pengertian dan pentingnya perilaku konsumen.....	17
2. Teori-teori Perilaku Konsumen.....	18

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.	20
4. Tipe perilaku konsumen.....	25
5. Keputusan Pembelian.....	26
6. Peran Pembelian.....	27
D. Penelitian Terdahulu .....	28
E. Kerangka Pemikiran .....	29
F. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
A. Jenis Data .....	32
B. Sumber Data .....	32
C. Metode PengumpulanData .....	33
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Definisi Operasional dan Pengukurannya .....	35
F. Alat Analisis .....	37
1. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	37
2. Uji Asumsi Klasik .....	38
3. Uji Regresi Linear Berganda .....	39
4. Uji t-statistik.....	40
5. Uji F (Pengujian Secara Serentak) .....	41
6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
A. Deskripsi Responden.....	44
B. Uji Instrumen.....	47
C. Uji Asumsi Klasik .....	52

D. Analisis Data .....	54
E. Pembahasan .....	63
BAB V. PENUTUP.....	66
A. Kesimpulan .....	66
B. Keterbatasan Penelitian.....	67
C. Saran-saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1. Kerangka Pemikiran.....	29

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	44
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4.7. Rangkuman Hasil Uji Validitas Kebudayaan ( $X_1$ ).....	48
Tabel 4.8. Rangkuman Hasil Uji Validitas Sosial ( $X_2$ ).....	49
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas Pribadi ( $X_3$ ) .....	49
Tabel 4.10. Rangkuman Hasil Uji Validitas Psikologi ( $X_4$ ).....	50
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	50
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.13. Hasil Uji Multikolinearitas .....	52
Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	53
Tabel 4.15. Hasil Uji Normalitas.....	53