

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. UNILEVER

(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada

Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah

Surakarta

Disusun Oleh :

ASRI TYAS ARUMSARI NAIMAH

B100110058

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2015

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. UNILEVER

(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis oleh :

ASRI TYAS ARUMSARI NAIMAH

B100110058

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 6 Maret 2015

Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

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	:	Asri Tyas Arumsari Naimah
NIRM	:	B100110058
Jurusan	:	Manajemen
Judul Skripsi	:	Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi
	:	Keputusan Pembelian Produk PT. Unilever
	:	(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas
	:	Muhammadiyah 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, 6 Maret 2015

Yang membuat pernyataan,

Asri Tyas Arumsari Naimah

MOTTO

“ Barang siapa yang menginginkan kehidupan dunia, maka ia harus memiliki ilmu, dan barang siapa yang menginginkan kehidupan akhirat maka itupun harus dengan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan keduanya maka itupun harus dengan ilmu”.

(HR. Thabarani)

Sesungguhnya bersama kesukaran itu ada keringanan. Karena itu bila kau sudah selesai (mengerjakan yang lain). Dan berharaplah kepada Tuhanmu.

(Q.S Ai Insyirah 6-8)

Bersabar dalam berusaha, berusaha dengan tekun dan pantang menyerah, serta bersyukur atas apa yang telah diperoleh.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan karya kecil ini spesial untuk :

- ❖ Allah SWT yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, Tanpanya tulisan ini tiada bermakna.
- ❖ Rosululloh SAW semoga sholawat dan salam selalu tercurah kepada Beliau Nabi Muhammad SAW, keluarga serta sahabat.
- ❖ Ibunda, berkat engkaulah saya belajar kasih dan sayang.
- ❖ Ayahanda, berkat engkaulah saya belajar kebijaksanaan.
- ❖ Para dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMS yang telah memberikan ilmunya selama ini.
- ❖ Sahabatku-sahabatku sekalian yang menjadi penyemangat dan menemani disetiap hariku.
- ❖ *The owner of the ribs which not yet met.*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk PT. Unilever. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel diambil sebanyak 100 orang responden dari mahasiswa FEB dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa harga, citra merek dan kualitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai F hitung (7,521) > F tabel (2,76) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial, hanya variabel citra merek dan kualitas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi sebesar 0,208 berarti 20,8% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga, citra merek dan kualitas sedangkan sisanya sebesar 79,2% kemungkinan dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dilihat dari hasil persamaan regresi diketahui bahwa kualitas merupakan variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,346.

Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. UNILEVER (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)”**. Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Triyono, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Kusdiyanto, M.Si., selaku Pembimbing Skripsi yang dengan sabar dan tulus telah memberikan banyak masukan, arahan, bimbingan kepada penulis dalam penulisan demi kemajuan skripsi penulis.

4. Ibu Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, MM., selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan dan saran selama penulis menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Ayahanda dan Ibunda yang telah banyak memberikan bantuan baik materiil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Sahabatku dewi, umi aziz, leni, yudi, fanny, devina, umi sholihah yang telah memberikan bantuan dan motivasi pada penulis agar segera mendapatkan gelar kesarjanaan.
8. Seluruh teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2011.
9. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dan mendukung penulisan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangannya karena segala kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Penelitian Terdahulu	6
B. Harga	7
C. Citra Merek	9
D. Kualitas	11
E. Keputusan Pembelian	12

	F. Kerangka Pemikiran	15
	G. Hipotesis	16
BAB III	METODE PENELITIAN	17
	A. Jenis Penelitian	17
	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	17
	C. Data dan Sumber Data	18
	D. Metode Pengumpulan Data	19
	E. Populasi dan Sampel	20
	F. Teknik Pengambilan Sampel	21
	G. Metode Analisis Data	21
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
	A. Karakteristik Responden	31
	B. Analisa Data	33
	C. Pembahasan	44
BAB V	PENUTUP	47
	A. Kesimpulan	47
	B. Saran	48
	DAFTAR PUSTAKA	49
	LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Nomor	Keterangan	Halaman
IV.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	31
IV.2	Karakteristik Responden Menurut Jurusan Program Studi.....	32
IV.3	Karakteristik Responden Menurut Tingkat Semester.....	32
IV.4	Hasil Uji Validitas Harga.....	33
IV.5	Hasil Uji Validitas Citra Merek.....	34
IV.6	Hasil Uji Validitas Kualitas	34
IV.7	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	35
IV.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
IV.9	Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
IV.10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	39
IV.11	Hasil Uji t	40
IV.12	Hasil Uji F	43

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Keterangan	Halaman
II.1	Tahap Pengambilan Keputusan Konsumen	13
II.2	Kerangka Pemikiran	15
IV.1	Hasil Uji Normalitas Data.....	37
IV.2	Uji t Variabel Harga.....	41
IV.3	Uji t Variabel Citra Merek	42
IV.4	Uji t Variabel Kualitas	42

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Keterangan	Halaman
1	Lembar Kuesioner Penelitian	52
2	Data Mentah Jawaban Responden.....	55
3	Data Frekuensi Responden.....	67
4	Hasil Pengolahan Data.....	68