

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT**

(Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

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

Disusun Oleh :

SUPRIYANTO
B 100110143

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2015**

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul :
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI
PASTA GIGI PEPSODENT** (*Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Universitas
Muhammadiyah Surakarta*)

Yang ditulis oleh :

NAMA : SUPRIYANTO

NIM : B 100 110 143

Pendandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima.

Surakarta, 19 Maret 2015


Pembimbing


(Basworo Diby, SE, M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi




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



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

Jl. A Yani Tromol Pos 1, Pabelan Kartasura 57102 Ph. (0271) 717417 Eks.211 Surakarta

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **SUPRIYANTO**
NIRM : **11.6.106.02016.500143**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT (Studi
Kasus Mahasiswa Ekonomi 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, 19 Maret 2015
Yang Membuat Pernyataan,

Supriyanto

MOTTO

Allah SWT Berfirman : *Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah-lah hati menjadi tentram.* (Ar-Ro'd: 28)

Bersikaplah kukuh seperti batu karang tidak putus-putusnya dipukul ombak. Ia tidak saja tetap berdiri kukuh, bahkan ia menentramkan amarah ombak dan gelombang itu.(Jalinus At-Thabib)

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 ”Semoga Sukses Anakku”
- ”Someone” kelak menjadi pendampingku
- Almamaterku, semoga dari sanalah awal kesuksesanku. Amin

ABSTRAKSI

Pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan apalagi dalam persaingan dunia bisnis pasta gigi perkembangan dan kemajuannya sangat cepat, sehingga membuat intensitas persaingan bisnis yang semakin tinggi dan hal ini menjadi penting untuk pemasar agar produk tetap diterima baik oleh konsumen

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Mengetahui apakah variabel faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari (harga, produk, distribusi, promosi) mempengaruhi keputusan membeli pasta gigi pepsodent secara parsial ; 2) Mengetahui diantara variabel independen yang terdiri dari (harga, produk, distribusi, dan promosi) yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan membeli.

Penelitian ini menggunakan data primer. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sampel diambil dengan menggunakan metode *Non probability sampling*, dimana dengan metode ini tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis menggunakan uji signifikansi secara bersama-sama (Uji-F) dan uji signifikansi secara parsial (Uji-t) serta koefisien Determinasi (R^2).

Hasil penelitian : 1) Analisis secara bersama-sama menunjukkan variabel perilaku konsumen yang terdiri dari harga, produk, distribusi, promosi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan membeli pasta gigi pepsodent. 2) Analisis secara parsial variabel harga, produk, distribusi, promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli pasta gigi pepsodent. 3) Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan membeli adalah variabel promosi sebesar 0,240. 4) Koefisien Determinasi (adjusted R^2) yang diperoleh sebesar 0,514.

Kata Kunci : *Keputusan Pembelian, Faktor Harga, Faktor Produk, Faktor Distribusi, Faktor Promosi*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan memanjatkan puju dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rohmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PRILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MEMBELI PASTA GIGI PEPSODENT”** (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta) . Sebagai salah satu syarat menyelesaikan program (S1) Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya mengucapkan banyak terima kasih setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si., selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak BasworoDiby, SE, 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. Bapak Farid Wadji, SE, 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 sealama masa studi.

6. Kedua orang tua penulis Bpk. Sumari dan Ibu. Marti yang telah banyak memberikan bantuan baik materil dan moril sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan penulisan skripsi ini.
7. Teman-teman Ekonomi khususnya kelas C terima kasih dan senang mengenal kalian.
8. Teman-teman yang selalu memberi semangat dan menemani (Arif, Yuda, Sar, Feri, Farid, Rian, Fahrudin, Rohman, Dodok, Jemi) serta banyak yang lainnya yang tidak bisa tuliskan, terima kasih atas semuanya kalian teman sejati. Semoga kita tetap terikat dalam tali persaudaraan.
9. My Lovely, Via Lusiana yang selalu memberi motivasi, semangat, dukungan dan menemani penulis. Terima kasih atas kesabaran dan kasih sayang yang diberikan.
10. Teman-teman AVC (Adventure Community) semoga kita tetap bisa bersama menjelajah dan menikmati keindahan alam ciptaan yang kuasa.
11. Semua pihak yang telah membantu dan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Dengan selesainya penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memberikan manfaat yang baik, serta menjadi arahan dalam perjalanan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini masih jauh dari kata sempurna, maka penulis sangat berterima kasih apabila diantara pembaca ada yang memberikan saran atau kritik yang membangun guna memperluas wawasan penulis sebagai proses pembelajaran diri.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Surakarta, Maret 2015

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Skripsi.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Manajemen Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran.....	7
2. Fungsi Pemasaran.....	10

3. Konsep Pemasaran.....	11
B. Bauran Pemasaran	13
C. Marketing mix	15
D. Keputusan Pembelian	29
1. Pengertian Keputusan Pembelian	29
2. Peran Pembelian	29
E. Kerangka Pemikiran	31
F. Hipotesis	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
A. Populasi dan Sampel.....	33
B. Sampling (Cara Pengambilan Sampel).....	33
C. Metode Pengumpulan Data	34
D. Definisi Operasional Variabel	34
E. Instrumen Penelitian	36
F. Uji Asumsi klasik	37
G. Teknik AnalisaData	40
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil studi penelitian	45
1. Gambaran Umum Universitas Muhammadiyah Surakarta	45
2. Visi, Misi dan Tujuan Universitas Muhammadiyah Surakarta	46
B. Deskripsi Responden	47
C. Uji Instrumen Penelitian	49
D. Uji Asumsi Klasik	52

E. Analisa Data	55
F. Pembahasan	66
BAB V. PENUTUP	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Usia	48
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin	48
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Harga	49
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Produk	50
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Distribusi	50
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.10 Hasil Estimasi Multikolinieritas.....	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	55