

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI MOM MILK SURAKARTA**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**DWI ARIYANTI SAPITRI**  
**B 100 110 227**

**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 KONSUMEN DI MOM MILK  
SURAKARTA**

Yang ditulis oleh:

**DWI ARIYANTI SAPITRI**  
**B 100 110 227**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Maret 2015  
Pembimbing



**(Zulfa Irawati, SE., M.Si)**

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta



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



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **DWI ARIYANTI SAPITRI**

NIRM : \_\_\_\_\_

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG**

**MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**KONSUMEN DI MOM MILK 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 yang 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 Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Maret 2015

Yang membuat pernyataan,

**DWI ARIYANTI SAPITRI**

## MOTTO

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik bagi dirimu sendiri, dan jika kamu berbuat jahat, maka kejahatan itu untuk dirimu sendiri”  
(QS. Al-Isra': 7)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendak-nyakamu berharap”  
(QS. Al-Insyirah: 5-8)

“Manusia tidak merancang untuk gagal, mereka gagal untuk merancang”  
(William J. Siegel)

“Kita tidak selalu bisa mencegah orang melakukan keburukan pada kita, tapi kita selalu ada pilihan untuk berlaku baik kepada mereka”  
(Hitam Putih)

“Tidak ada kesuksesan tanpa perjuangan, tidak ada perjuangan tanpa pengorbanan”  
(Penulis)

## **PERSEMBAHAN**

Karya ini saya persembahkan spesial untuk :

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat Iman, Islam, sehat dan rizqi yang tak ternilai harganya.
2. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang tulus, doa, dan dukungan.
3. Nur Jumiyyati, kakakku yang tercinta yang selalu memberi nasihat dan semangat untukku.
4. Keluarga besar saya, terima kasih atas dukungan, nasehatnya, dan do'anya.
5. Sahabat tersayang: Reisy, Anggun, Tutyk, Pina, Intan, Netty, Nurul yang selalu memberikan kebahagiaan.
6. Teman-teman: Mbak Mira, Ahong, Lavetian, Juwita, Cupang, Ika, Silvia yang selalu memberi dukungan.
7. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Mom Milk Surakarta, dimana variabel independen yaitu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ ), Persepsi Kualitas ( $X_4$ ) dan Citra Merek ( $X_5$ ) mempengaruhi Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebagai variabel dependennya.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan di Mom Milk Surakarta. Sampel diambil sebanyak 99 orang responden dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan. Kemudian data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda. Analisis lainnya meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis melalui Uji F dan Uji t, serta analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Mom Milk Surakarta, sedangkan faktor Persepsi Kualitas dan Citra Merek secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Mom Milk Surakarta, namun hasil analisis uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ ), Persepsi Kualitas ( $X_4$ ), dan Citra Merek ( $X_5$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) di Mom Milk Surakarta. Selain itu Kualitas Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Gaya Hidup ( $X_3$ ), Persepsi Kualitas ( $X_4$ ), dan Citra Merek ( $X_5$ ) dapat menjelaskan Keputusan Pembelian di Mom Milk Surakarta sebesar 63,4%, sedangkan sisanya sebesar 36,6% dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan Persepsi Kualitas dan Citra Merek. Untuk Persepsi Kualitas dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kualitas produk dibandingkan pesaing dan mutu produk serta menambah cita rasa, sedangkan untuk Citra Merek dapat dilakukan dengan cara memperluas promosi agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui merek produk tersebut.

Kata kunci : Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Kualitas, Citra Merek.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MOM MILK SURAKARTA”**.

Dalam penulisan ini, penulis mengalami banyak rintangan dan permasalahan baik secara langsung maupun tidak langsung. Namun berkat bimbingan, bantuan moral ataupun materil, serta saran dari semua pihak yang tidak henti-hentinya memberi semangat. Sehingga tidak ada salahnya dengan kerendahan hati serta perasaan yang tulus dari hati terdalam, penulis memberikan penghargaan berupa ucapan terima kasih atas berbagai bantuan yang telah banyak membantu penulis selama melaksanakan studi sampai terselesaikannya penyusunan penulisan ini, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Triyono, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah banyak memberikan kemudahan kepada penulis dalam proses perkuliahan serta menyelesaikan semua ini.
2. Bapak Dr. Anton Agus Setyawan, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Ibu Zulfa Irawati, SE., M.Si selaku Pembimbing Skripsi yang telah sabar serta tidak pernah lelah memberikan motivasi, bimbingan, arahan untuk membantu penyusunan skripsi.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta atas segala ilmu, bimbingannya kepada penulis

selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

5. Seluruh staff serta karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah banyak membantu segala kepentingan penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Mom Milk Surakarta yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian demi kelancaran penyusunan skripsi.
7. Seluruh responden yang meluangkan waktu mengisi kuesioner untuk penelitian.
8. Kedua Orangtua ku Ibu dan Bapak yang selalu memberikan kasih sayang yang tulus, mengajari tentang banyak hal dalam hidup, membimbing untuk terus maju, sabar dalam menasihati, dan selalu memberikan semangat serta rela berjuang untuk memenuhi segala keinginan dan kebutuhan penulis sampai sekarang ini.
9. Kakakku Nur Jumiyati yang selalu menasehati, memberikan semangat, menjadi tempat mencurahkan keluh kesah.
10. Simbah dan Keluarga besar yang selalu memberikan dukungan, kasih sayang, dan do'a.
11. Adek-adek kecilku Dek Najwa dan Nanda yang selalu memberikan keceriaan dan menghibur.
12. Mbak Mira dan Budhe yang selalu memberikan nasihat, semangat, doa, dan nganter kemana-mana.
13. Sahabat tersayang ( Anggun, Reisy, Pina, Intan, Tutyk, Netty, Nurul) yang selalu menemani dalam suka maupun duka dan memberikan semangat untukku hingga saat ini..
14. Teman-temanku (Ahong, Lavetian, Silvia, Juwita, Cupang, Ika, Kak Alip, Wiwit, Andri, Besar, Nuri) yang selalu menemani, member dukungan, dan mengajarku banyak hal.
15. Teman-teman seperjuangan FEB UMS progdi Manajemen angkatan 2011.



16. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih, semoga amal dan kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Kritik dan saran selalu penulis terima dengan hati terbuka. Penulis berharap semoga skripsi yang sederhana dan jauh dari kesempurnaan ini dapat memberikan manfaat bagi diri penulis maupun pihak lain yang membutuhkan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Surakarta,     Maret 2015

Penulis

**DWI ARIYANTI SAPITRI**

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II   TINJAUAN PUSTAKA .....	10
A. Landasan Teori .....	10
1. Pemasaran dan Bauran Pemasaran .....	10
2. Perilaku Konsumen .....	17
3. Keputusan Pembelian .....	23
4. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	28

	B. Penelitian Terdahulu .....	31
	C. Hipotesis .....	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	35
	A. Kerangka Pemikiran .....	35
	B. Definisi Operasional Variabel .....	37
	C. Subyek Penelitian .....	39
	1. Populasi .....	40
	2. Sampel .....	40
	D. Sumber dan Jenis Data .....	41
	E. Metode Pengumpulan Data .....	42
	F. Metode Analisis Data .....	43
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	52
	A. Deskripsi Data Responden .....	52
	B. Analisa Data .....	55
	1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	55
	2. Uji Asumsi Klasik .....	60
	3. Uji Hipotesis .....	64
	C. Pembahasan .....	73
BAB V	PENUTUP .....	78
	A. Kesimpulan .....	78
	B. Keterbatasan Penelitian .....	80
	C. Saran .....	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4. 3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	53
Tabel 4. 4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	54
Tabel 4. 6.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk .....	55
Tabel 4. 7.	Hasil Uji Validitas Variabel Harga.....	56
Tabel 4. 8.	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup .....	57
Tabel 4. 9.	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen.....	57
Tabel 4. 10.	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek.....	58
Tabel 4. 11.	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	59
Tabel 4. 12.	Hasil Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4. 13.	Hasil Uji Multikolinearitas .....	63
Tabel 4. 14.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
Tabel 4. 15.	Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	65
Tabel 4. 16.	Hasil Pengujian Refresi Secara Simultan .....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen .....	18
Gambar 2.2	Proses Pengambilan Keputusan Model Lima Tahap .....	26
Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 4.1	Grafik Histogram .....	61
Gambar 4.2	<i>Normal Probability Plot</i> .....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Penelitian

Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik

Lampiran 5 Tabel  $r_{\text{Product Moment}}$

Lampiran 6 Tabel t

Lampiran 7 Tabel F