

**FAKTOR-FAKTOR YANG YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN
KEPUTUSAN DALAM PEMBELIAN MINYAK GORENG BIMOLI
DI KECAMATAN SELOGIRI
KABUPATEN WONOGIRI**



SKRIPSI

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

Oleh :

BAYU KURNIAWAN

B 100 040 060

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2008

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**FAKTOR-FAKTOR YANG YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN
KEPUTUSAN DALAM PEMBELIAN MINYAK GORENG BIMOLI
DI KECAMATAN SELOGIRI
KABUPATEN WONOGIRI**

Yang di persiapkan dan disusun oleh

BAYU KURNIAWAN

B 100 040 060

Telah dipertahankan didepan osen penguji pada tanggal :

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing utama

Drs. Moech Nasir., MM

Mengetahui

Dekan fakultas ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

DRS. WAHYONO, AK. MA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pemerintah sedang mengembangkan jenis minyak sebagai alternatif lain yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada ibu rumah tangga dalam menggunakan minyak goreng sebagai kebutuhan memasak sehari-hari karena biasanya ibu rumah tangga sering memegang uang untuk keperluan sehari-hari untuk membeli kebutuhan keluarganya. Untuk itu keputusan untuk membeli yang diambil ibu rumah tangga merupakan suatu kesimpulan dari sejumlah keputusan ibu rumah tangga dalam pengambilan keputusan untuk membeli minyak goreng.

Didalam kehidupan sehari-hari saat sekarang ini seorang pasti tidak terlepas dari mengkonsumsi barang dan jasa dalam jumlah besar maupun kecil. Jenis barang yang dikonsumsi umumnya dibagi dalam bentuk tiga kelompok yaitu : barang-barang keperluan sehari-hari, barang-barang belanjaan, barang-barang khusus.

Pada umumnya kebutuhan manusia (konsumen) mempunyai sifat yang terbatas. Hal ini bukan berarti bahwa secara kuantitatif satu macam kebutuhan (misal makan) tidak bisa dipuaskan. Orang bisa merasa puas makan tetapi yang dimaksud disini adalah bahwa secara total, kebutuhan manusia tidak akan terpuaskan. Begitu satu macam kebutuhan terpuaskan tiga atau empat kebutuhan lain akan timbul.

Pada kenyataannya manusia tidak dilihat dari sudut moral, tetapi dilihat sebagai manusia seperti apa adanya, yang biasanya selalu menginginkan kehidupan yang lebih baik. Kebanyakan ahli ekonomi memandang konsep “kepuasan yang tak terbatas” ini sebagai suatu anggapan kerja (*working hypothesis*), bukan sebagai konsepsi manusia yang utuh. Dalam penerapannya ilmu ekonomi tidak bisa lepas dari

permasalahan moral yaitu penilaian mengenai mana yang baik dan mana yang buruk. (Bodeiono : 1998)

Dalam hal ini sebagian besar masyarakat harus mempunyai sejumlah keputusan dalam menggunakan barang dan jasa baik itu dalam keadaan kecil maupun besar, dalam hal ini sejumlah keputusan pembelian terhadap minyak goreng merupakan keputusan yang paling sederhana yaitu terdapat dalam suatu keputusan pembelian produk dan ibu rumah tangga tidak selalu membeli merek yang sama karena dipengaruhi pendapatan dan tingkat harga, karena minyak goreng dan bermutu baik dan industri minyak goreng di Indonesia.

Ditinjau dari sudut pandang produsen-produsen yang sudah mengenal pemasaran merupakan faktor yang penting untuk mencapai sukses usahanya. Akan mengetahui adanya cara falsafah baru yang terlibat di dalamnya sebagai filsafah bisnis konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen.

Konsep pemasaran adalah filsafah bisnis yang menyatakan bahwa kepuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup. Untuk itu perlu mendasari pentingnya menganalisis faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian minyak goreng bimoli oleh ibu rumah tangga di kecamatan Selogiri kabupaten Wonogiri, karena tanpa menganalisa faktor tersebut maka mengalami kesulitan dalam menentukan siapa sebenarnya konsumen yang akan ditinjau, serta bagaimana, dimana, dan kapan konsumen itu mengambil keputusan untuk melakukan pembelian terhadap minyak goreng Bimoli.

Dari uraian tersebut diatas, maka dalam kesempatan ini penulis mengambil judul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG BIMOLI DI KECAMATAN SELOGIRI KABUPATEN WONOGIRI”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari permasalahan tersebut diatas maka :

- Apakah ada pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, serta selera konsumen terhadap pembelian minyak goreng bimoli di kecamatan Selogiri kabupaten Wonogiri.
- Faktor-faktor manakah yang paling dominan yang mempengaruhi pengambilan keputusan minyak dalam pembelian minyak goreng bimoli di kecamatan Selogiri kabupaten Wonogiri.

1.3 Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kerimpangan dalam penelitian ini, maka peneliti membahas masalah hanya pada faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian minyak goreng bimoli. Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian minyak goreng bimoli di kecamatan Selogiri kabupaten Wonogiri adalah tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, dan selera konsumen.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata dan tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, dan selera konsumen terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian minyak goreng bimoli.
- b. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominant mempengaruhi pengambilan keputusan minyak goreng bimoli.

1.4.2. Manfaat Penelitian

- a. Memberikan masukan bagi produsen dan dalam menentukan kebijakan pemasaran perusahaan dimasa yang akan datang,

dengan mempertimbangkan beberapa faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian minyak goreng bimoli

- b. Sebagai informasi atau perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.
- c. Sebagai sarana untuk mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama perkuliahan dan penerapan dalam dunia praktik.

1.5 Sistematika Skripsi

Untuk memberikan gambaran tentang isi penyusunan skripsi, perlu penulis membuat kerangka yang memuat garis besar atau gambaran isi skripsi. Agar dengan adanya sistematika skripsi mudah mengetahui bagian dari pada skripsi ini. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari : latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika skripsi.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membicarakan tentang teori perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi dan menentukan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan, pengertian teori permintaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, pengertian mekanisme harga, hipotesis.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini yang di bicarakan adalah : kerangka pemikiran, hipotesis, penentuan obyek penelitian, jenis-jenis penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membicarakan tentang latar belakang daerah penelitian, penyajian data dan hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

BAB V. PENUTUP

Dalam bab ini yang dibicarakan adalah kesimpulan, keterbatasan penelitian, saran-saran, daftar pustaka, serta lampiran-lampiran.