

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MODEL ASSAEL PADA PRODUK KOSMETIK
MADAME. GIE DI SOLORAYA**



SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Tugas Dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

PUTRI AYULESTARI

B 100160218

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pembimbing skripsi telah membaca skripsi dengan judul : ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MODEL ASSAEL PADA PRODUK KOSMETIK MADAME. GIE DI SOLORAYA

Yang ditulis dan disusun oleh:

PUTRI AYULESTARI

B 100 160 218

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 23 April 2020
Pembimbing



(Drs. Moechammad Nasir, M.M.)



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



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 : **PUTRI AYULESTARI**

NIM : **B100160218**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
MODEL ASSAEL PADA PRODUK KOSMETIK
MADAME GIE DI SOLORAYA**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasanringkasan 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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 9 Juni 2020

Yang membuat pernyataan,

(PUTRI AYULESTARI)

MOTTO

Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah maha mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui. (Q.S Al-Baqarah: 216)

Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya (Q.S Al-Baqarah: 286)

Barang siapa yang datang dengan membawa kebaikan maka dia akan mendapat (Pahala) yang lebih baik daripada kebaikannya itu (Q.S Al-Qasas: 84)

Masa depan tidak diwariskan oleh generasi terdahulu. Masa depan, kita buat dan tentukan hari ini. Oleh tangan kita sendiri, oleh kemauan yang tahan uji. –J.S. Khairen.

Jika kegagalan adalah proses awal dari keberhasilan, maka jangan pernah takut untuk mencoba, karena itu bagian dari sebuah proses.-Putri Ayulestari

Tidak berusaha menjadi lebih baik dari orang lain. Akan tetapi berusaha lebih baik dari yang dulu.-Putri Ayulestari

PERSEMBAHAN

Sebuah karya sederhana yang dibuat dengan penuh suka duka ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Nikmat-Nya yang luar biasa kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Rasullullah SAW, yang telah mengantarkan umatnya hingga pada zaman dimana orang-orang dapat menempuh pendidikan dengan mudah seperti sekarang ini dan menjadi teladan bagi penulis.
3. Ibu dan Ayah tercinta yang telah memberikan doa tiada henti, kasih sayang, pengorbanan, kebahagiaan, semangat, serta motivasi yang tak pernah bisa dibalas oleh penulis.
4. Seluruh keluarga besar penulis, terutama kakak Pitra Dwi Ningsih dan Reni Mawar Sari, adik Rio Setyo Utomo, dan tante, yang selalu memberikan semangat serta keceriaan dalam setiap langkah dalam mengerjakan skripsi.
5. Drs. Moehammad Naasir, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada saya sehingga lancar dalam mengerjakan skripsi.
6. Teman seperjuangan dan sahabat yang selalu menemani dalam setiap proses masa perkuliahan dan memberikan semangat.

ABSTRAK

Tujuan yang ingin dicapai dengan diadakannya penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh langsung Faktor Individu, Faktor Lingkungan dan Faktor Stimulus Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat sebagai pedoman untuk menentukan langkah-langkah yang akan diambil perusahaan kosmetik Madame Gie di Soloraya dengan mempertimbangkan Faktor Individu, Faktor Lingkungan Dan Faktor Stimulus Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan berupa data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang menggunakan kosmetik Madame Gie di Soloraya, sedangkan teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu 100 responden dengan kriteria menggunakan kosmetik Madame Gie, berada di wilayah Soloraya. Berdasarkan Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa 1) Faktor Individu secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen. 2) Faktor Lingkungan secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. 3) Faktor Stimulus Pemasaran secara langsung berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Kata Kunci: Faktor Individu, Faktor Lingkungan, Faktor Stimulus Pemasaran dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The objective to be achieved by holding this research is to directly analyze the Individual Factors, Environmental Factors and Factors of Stimulus of Promotion of Purchasing Decisions. The results of this study are expected to be used as a guideline for determining the steps to be taken by the cosmetics company Madame Gie in Soloraya by considering Individual Factors, Environmental Invoice and Marketing Stimulus Factors on Purchasing Decisions. This type of research uses quantitative research types and consists of primary data. The population in this study were all people who used Madame Gie cosmetics in Soloraya, while the sampling technique used purposive sampling method, namely 100 respondents using Madame Gie cosmetics, located in the Soloraya region. Based on the research results it can be concluded that 1) Individual factors directly influence the significance of consumer purchasing decisions. 2) Environmental factors directly do not significantly influence consumer purchasing decisions. 3) Marketing Stimulus Factors directly influence significantly on Consumer Purchasing Decisions

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan anugerah-Nya. Tak lupa Sholawat serta salam tetap tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Model Assael Pada Produk Kosmetik Merek Madame. Gie Di Soloraya” dengan lancar. Penulisan skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi tugas akhir dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Strata 1 Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT atas segala Rahmat, Nikmat, dan Ridho-Nya yang selalu diberikan kepada penulis.
2. Nabi Muhammad SAW yang di yaumul akhir nanti InsyaAllah memberikan syafaatnya kepada seluruh kaumnya.
3. Bapak Dr. H. Sofyan Anif, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Imronudin, S.E., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Bapak Drs. Moechammad Nasir, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah sabaar membimbing dan memberikan masukan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Lukman Hakim, S.E., M.Si. selaku pembimbing akademis penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membekali penulis dengan ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan, serta tak lupa seluruh karyawan dan staff Tata Usaha yang telah memberikan bantuan dalam kelancaran dalam urusan administrasi.
9. Kedua orangtua tercinta, Bapak Cipto Sudarno dan Ibu Surati yang senantiasa memberikan do'a dukungan, semangat serta motivasi bagi penulis.
10. Kakak penulis Pitra Dwi Ningsih dan Kuncoro Adi Sasono yang memberikan keceriaan dan semangat secara tidak langsung.
11. Sahabat-Sahabatku serta Teman seperjuanganku Dyah Arum Mawarsari, Indah Adwiantini Astuti, Dewi Agustina yang memberikan semangat dan motivasi selama di bangku perkuliahan.

12. Teman sebangkuku Nikkita, Anggraeni, Ainun, Alfian, Fadli, Robby, Ardian yang menjadi teman berjuang selama mengerjakan skripsi.
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 28 April 2020



Putri Ayulestari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PENGESAHAN.....	II
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
MOTTO.....	IV
PERSEMBAHAN.....	VI
ABSTRAK.....	VII
<i>ABSTRACT</i>	VIII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR PUSTAKA.....	XII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan Skripsi	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 11

A. Tinjauan Teori	11
1. Perilaku Konsumen	11
2. Model perilaku konsumen.....	12
3. Keputusan pembelian	19
4. Individu.....	21
5. Lingkungan.....	22
6. Stimulus Pemasaran.....	23
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	24
C. Hipotesis	27
D. Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
D. Jenis penelitian.....	30
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	30
F. Sumber Data	33

D. Teknik Pengumpulan Data	33
E. Populasi dan Sampel	34
F. Metode Analisis Data	36
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Responden	43
1. Deskripsi Jenis Kelamin Responden	43
2. Deskripsi Usia Responden	44
3. Deskripsi Pekerjaan Responden	44
4. Deskripsi Pendidikan Responden.....	45
5. Deskripsi Pendapatan Responden	46
B. Hasil Analisis Data.....	46
1. Uji Asumsi Klasik	46
2. Uji Hipotesis	48
3. Pembahasan	56
BAB V PENUTUP.....	60
A. Kesimpulan.....	60
B. Keterbatasan Penelitian.....	60
C. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	43
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden	44
Tabel 4.3 Karakteristik Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.4 Karakteristik Pendidikan Responden	45
Tabel 4.5 Karakteristik Pendapatan Responden	46
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.8 Uji Heterokedastisitas	48
Tabel 4.9 <i>Outer Loading</i>	50
Tabel 4.10 <i>Average Variance Extracted</i>	51
Tabel 4.11 <i>Comosite Reability</i>	52
Tabel 4.12 R Square	54
Tabel 4.13 F Square	54
Tabel 4.14 Path Coefficients.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Perilaku konsumen model Assael.....	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	Error!
Bookmark not defined.	12
Gambar 2.2 Kerangka pemikiran.....	Error!
Bookmark not defined.	29
Gambar. 4.1 <i>Outer Model</i> Error! Bookmark not	
defined.	49
Gambar 4.2 Inner Model	53.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisoner untuk Responden
Lampiran 2	Deskripsi Responden
Lampiran 3	Hasil Outer Model
Lampiran 4	Hasil Cross Loading
Lampiran 5	Hasil <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> dan <i>Composite Reliability</i>
Lampiran 6	Hasil R Square
Lampiran 7	Hasil Uji Normaltas
Lampiran 8	Hasil Uji Multikolinearitas
Lampiran 9	Hasil Uji Heterokedastisitas
Lampiran 10	Tabulasi Data

