

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI KONSUMEN,
DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BERRYBENKA SECARA ONLINE
PADA MASA PANDEMI COVID 19**

(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)



SKRIPSI

Diajukan untuk Penyusunan Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

SHALSABILA DAYENA

B100170376

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI KONSUMEN, DAN
SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BERRYBENKA SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)

Yang ditulis dan disusun oleh :

SHALSABILA DAYENA

B 100 170 376

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat
untuk diterima.

Surakarta, 8 Juni 2021

Dosen Pembimbing



(Dra. Wafiatun Mukharomah, M.M)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



H. O. S. Handidin, M.M
NIK/ID/UR/195 10217 1986 031 001



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 : **SHALSABILA DAYENA**

NIM : **B 100 170 376**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KUALITAS, MOTIVASI KONSUMEN DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BERRYBENKA SECARA ONLINE PADA MASA PANDEMI COVID 19 (Studi Pada Mahasiswa FEB UMS)**

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 atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 8 Juni 2021

Yang membuat pernyataan,

SHALSABILA DAYENA

MOTTO

Dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu
(Q.S Al-Hadid: 20)

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
(Q.S Al-Insyirah: 6)

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Alhamdulillahilahirabbil'alamin, sebagai ungkapan rasa syukur dan terimakasih dengan segala kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

- 1. ALLAH SWT yang telah memberikan RidhaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ini*
- 2. Kedua orang tua penulis, Bapak dan Ibu sebagai salah satu bentuk bakti dan tugas utama penulis untuk menyelesaikan studi dengan sebaik-baiknya, membimbing dan mengarahkan setiap langkah penulis dengan segala doa dan harapannya.*
- 3. Ibu Dra.Wafiatun Mukharomah, M.M sebagai Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan karya ini.*
- 4. Seluruh sahabat dan teman-teman terimakasih yang selalu mendukung penulis.*
- 5. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.*

KATA PENGANTAR

Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Kualitas, Motivasi Konsumen, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Berrybenka Secara Online pada Masa Pandemi Covid 19 (Studi pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Surakarta)”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hambaNya.
2. Rasulullah Muhammad SAW, Nabi terakhir dan penutup dari para nabi yang memberikan keteladanan yang bisa

dijadikan motivasi dalam kehidupan.

3. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si 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, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Ibu Dra.Wafiatun Mukharomah, M.M, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Dewan penguji, yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk menguji skripsi ini guna membawa kualitas penulisan kearah yang lebih baik.
8. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan baik dari penulisan maupun penyajian. Untuk itu penulis mengharap kritik dan saran yang membangun untuk tercapainya kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis dimasa depan. Aminn.

Penulis,

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas, motivasi konsumen, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner berbentuk google form dan di olah menggunakan alat analisis dengan software SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, motivasi konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sikap konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Persepsi Kualitas, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of perceived quality, consumer motivation, and consumer attitudes on purchasing decisions. This study used 96 respondents with a sampling technique using purposive sampling. The data collection method is using a google form questionnaire and processed using analysis tool software SPSS. The results of the analysis show that perceived quality has a significant positive effect on purchasing decisions, consumer motivation has a significant positive effect on purchasing decisions, and consumer attitudes have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Quality Perception, Consumer Motivation, Consumer Attitude, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiV
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penulisan	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Terdahulu.....	11
C. Pengembangan Hipotesis.....	13
D. Kerangka Pemikiran	15
BAB III METODE PENELITIAN.....	16
A. Jenis Penelitian.....	16
B. Populasi dan Sampel	16

C. Data dan Sumber Data.....	17
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
F. Metode Analisa Data.....	22
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	28
A. Deskripsi Data	28
B. Karakteristik Responden	28
C. Hasil Analisis Data	30
D. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP.....	43
A. Kesimpulan	43
B. Keterbatasan Penelitian	43
C. Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	29
Tabel 4.2 Pendapatan Perbulan	29
Tabel 4.3 Ringkasan Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas	31
Tabel 4.4 Ringkasan Hasil Uji Validitas Motivasi Konsumen	32
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen	33
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	33
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Uji Multikolinearitas.....	36
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Uji Heteroskedasitas	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	37
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Regresi	38
Tabel 4.13 Ringkasan Hasil Uji F	39
Tabel 4.14 Ringkasan Hasil Uji t	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	15
--------------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	48
Lampiran 2. Tabel Tabulasi	52
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 4. Hasil Olah data	57