

**PENGARUH MOTIVASI, BUDAYA, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK BATIK GROBOGAN**

(Studi Pembeli batik di Grobogan)

Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Program Studi Ekonomi Manajemen



Diajukan oleh:
ARIF NUR HIDAYAT
B100190268

Kepada
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH MOTIVASI, BUDAYA, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK BATIK GROBOGAN**

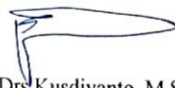
Diajukan oleh

ARIF NUR HIDAYAT

B100190268

Skripsi telah disetujui oleh pembimbing skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk mempertahankan dihadapan tim penguji skripsi

Dosen Pembimbing



(Drs. Kusdiyanto, M.Si)

PENGESAHAN

**PENGARUH MOTIVASI, BUDAYA, DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK
GROBOGNAN (Studi pembeli batik di Grobogan)**

oleh:

Arif Nur Hidayat
B100190268

Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada Hari Senin, 05 Februari 2024
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Dewan Penguji :


Drs. Kusdiyanto, M.Si.
(Ketua Dewan Penguji)

(.....)

Imron Rosyadi, S.E., M.Si.
(Penguji I)

(.....)

Sri Murwanti, S.E., M.M.
(Penguji II)

(.....)

Dekan

(Prof. Dr. Anwar Abin Setyawan, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini.

Nama : Arif Nur Hidayat

Nim : B100190268

Program Studi : Ekonomi manajemen

Judal Skripsi : PENGARUH MOTIVASI, BUDAYA, dan SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK BATIK GROBOGAN

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat karya orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu/dikutip dalam naskah dan disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan bersedia menerima menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Surakarta, 05 Februari 2024

Yang Pembuat Pernyataan



Arif Nur Hidayat
(B100190268)

MOTTO

- Jadilah dirimu untuk selalu menjadi yang terbaik dan pantas menjadi kebanggaan.
- Wattaqullaah wa yu'allimukumullaah, wallaahu bikulli syai-in 'aliim. "Bertaqwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sesungguhnya Allah maha mengetahui segala sesuatu." (Q.S. Al-Baqarah: 282).
- Keberhasilan seseorang tidak ditentukan oleh harta, jabatan, dan prestasi yang diraihinya, tetapi keberhasilan seseorang ditentukan oleh keberanian menghadapi kenyataan hidup.
- Jadilah masalah sebagai pembelajaran, jadilah masa sekarang sebagai pengalaman, dan jadilah masa depan sebagai impian

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan pertolongan-Nya, sehingga karya tulis ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Semoga dengan keberhasilan ini tidak serta merta membuat kami untuk berhenti berjuang, akan tetapi menjadikan diri ini semakin bersemangat dan optimis untuk melangkah menggapai impian yang lebih jauh. Tidak lupa sholawat serta salam kami panjatkan untuk junjungan nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa cahaya islam dalam kehidupan hingga menjadi *lil 'alamin*.

Karya tulis ini secara khusus penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua yang telah mengorbankan kehidupan demi anaknya agar bisa mengenyam pendidikan yang tinggi, namun belum sempat kami bahagiakan.
2. Seluruh teman-teman seperjuangan Ekonomi Manajemen angkatan 2019 baik yang telah terlebih dahulu menyelesaikan studinya maupun yang masih dalam proses, yang telah banyak memberikan semangat serta dukungan sehingga penulisan karya tulis ini bisa sampai pada tahap akhir
3. Program Studi Ekonomi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universita Muhammadiyah Surakarta sebagai salah Perguruan Tinggi ternama di Indonesia khususnya Surakarta, yang telah menerima kami untuk menimba ilmu sampai selesai.

KATA PENGANTAR

Assalaamu ‘alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Tidak lupa shalawat serta salam semoga tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa cahaya Islam dalam kehidupan kita semua seperti sekarang ini.

Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan program pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Judul penelitian dalam skripsi ini adalah **“PENGARUH MOTIVASI, BADAYA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK GROBOGAN”**. Penelitian ini dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta selama kurang lebih satu tahun.

Skripsi ini tidak akan selesai dengan baik tanpa adanya berbagai dukungan dan kontribusi dari berbagai pihak. Oleh karena itu ucapan terimakasih yang sebesar besarnya ingin penulis sampaikan kepada.

1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Kusdiyanto, S.E., M.Si. dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan etunjuk, arahan, bimbingan, saran-saran mulai dari awal sampai denagn terselesainya penyusunan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu tercinta serta keluarga besar yang senantiasa memberikan doa dan memberi semangat untuk menyelesaikan tugas ini dengan sebaik-baiknya.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Manajemen angkatan 2019 yang telah memberikan banyak masukan dan motivasi dalam menyusun skripsi hingga selesai.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan tangan terbuka, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta,05 Februari 2024



Arif Nur Hidayat
(B100190268)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Sistematika Penulisan Skripsi	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Tinjauan Teori	7
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Penelitian	16
D. Pengembangan Hipotesis	17
BAB III METODE PENELITIAN	19
A. Jenis Penelitian	19

B. Definisi Operasional	19
C. Data dan Sumber Data	21
D. Teknik Pengumpulan Data	21
E. Instrumen Penelitian	22
F. Teknik Analisis Data	23
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	25
A. Gambaran Umum Perusahaan	25
B. Karakteristik Responden	26
C. Statistik Diskriptif	29
D. Analisis Data	33
E. Pembahasan	44
BAB V PENUTUP	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Definisi Operasional	20
Tabel 4.1 Definisi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.2 Definisi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	27
Tabel 4.3 Definisi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	28
Tabel 4.4 Definisi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4.5 Diskripsi Data Penelitian	29
Tabel 4.6 Kategorisasi Keputusan Pembelian	30
Tabel 4.7 Kategorisasi Motivasi	21
Tabel 4.8 Kategorisasi Budaya	31
Tabel 4.9 Kategorisasi Sikap Konsumen	32
Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi	33
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	35
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	36
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinearitas	37
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	38
Tabel 4.15 Hasil Uji Signifikansi Simultan	42
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	43

ABSTRAK

Arif Nur Hidayat / B100190268. **PENGARUH MOTIVASI, BUDAYA, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BATIK GROBOGAN.** Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Desember, 2023.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui: 1) Untuk mengetahui apakah motivasi konsumen, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 2) Untuk mengetahui apakah budaya konsumen, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, 3) Untuk mengetahui apakah sikap konsumen, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli batik di Grobogan. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling* sebanyak 74 responden. Data diperoleh dengan teknik menyebarkan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan regresi ganda, meliputi uji-t, uji-F, uji-R², sumbangan relatif dan efektif. Hasil penelitian diperoleh: (1) Motivasi konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yakni $0.240 < 1,994$, dan probality = $0,811 > 0,05$. (2) Budaya konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4.381 > 1,994$, dan probality $< 0,000 < 0,05$. (3) sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $4.468 > 1,994$, dan probality $> 0,000 < 0,05$. (4) analisis pengaruh motivasi, budaya dan sikap konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} ($80.913 > 2.736$).

Kata kunci : motivasi, budaya, sikap, keputusan pembelian.

ABSTRACT

Arif Nur Hidayat / B100190268. **THE INFLUENCE OF CONSUMER MOTIVATION, CULTURE AND ATTITUDE ON THE DECISION TO PURCHASE GROBOGAN BATIK PRODUCTS.** Thesis. Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Surakarta. December, 2023.

The purpose of this research is to find out: 1) To find out whether consumer motivation has a significant effect on purchasing decisions. 2) To find out whether consumer culture has a significant influence on purchasing decisions. 3) To find out whether consumer attitudes have a significant influence on purchasing decisions. The population in this study were batik buyers in Grobogan. The sampling technique used was simple random sampling with 74 respondents. Data was obtained using the technique of distributing questionnaires. Data analysis was carried out using multiple regression, including t-test, F-test, R²-test, relevant and effective contribution. The research results obtained: (1) Consumer motivation does not have a significant effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} < t_{table}$, namely $0.240 < 1.994$, and probability = $0.811 > 0.05$. (2) Consumer culture has a significant effect on purchasing decisions with a value of $t_{count} > t_{table}$, namely $4,381 > 1.994$, and probability $< 0.000 < 0.05$. (3) consumer attitudes have a significant effect on purchasing decisions with $t_{count} > t_{table}$, namely $4,468 > 1.994$, and probability $> 0.000 < 0.05$. (4) analysis of the influence of motivation, culture and consumer attitudes which together influence purchasing decisions with a value of $F_{count} > F_{table}$ ($80,913 > 2,736$).

Keywords: motivation, culture, attitudes, purchasing decision.

