



**FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PERDANA GROSIR JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi

Universitas Jember

Oleh:

**FRESTI ADITIA S
NIM : 080810291069**

JURUSAN MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER- FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

NAMA : FRESTI ADITIA SUGIARTO

NIM : 080810291069

JURUSAN : MANAJEMEN

KONSENTRASI : PEMASARAN

**JUDUL SKRIPSI :FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD.
PERDANA GROSIR JEMBER**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan paa institusi manapun dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus di junjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun, serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 Oktober 2012

Yang Menyatakan,



Fresti Aditia Sugiarto
NIM : 080810291069

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian Pada UD. Perdana Grosir Jember

Nama Mahasiswa : Fresti Aditia Sugiarto

NIM : 080810291069

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Pembimbing I

Drs. H. Abdul Halim, M. Si
NIP. 19501221 197801 1 001

Pembimbing II

Dr. Nurhayati, SE, MM
NIP. 19610607 198702 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, SE, M.Si
NIP. 19661020 199002 2 001

JUDUL SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UD. PERDANA GROSIR JEMBER**

Yang di persiapkan dan di susun oleh:

Nama Mahasiswa : Fresti Aditia Sugiarto

NIM : 080810291069

Jurusan : Manajemen

Telah di pertahankan di depan Tim penguji pada tanggal **22 Oktober 2012**

Dan menyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

Ketua : **Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si** :
NIP. 19730908 200003 2001

Sekretaris : **Dr. Nurhayati, SE, MM** :
NIP. 19610607 198702 2 001

Anggota : **Drs. H. Abdul Halim, M.Si** :
NIP. 19501221 197801 1 001

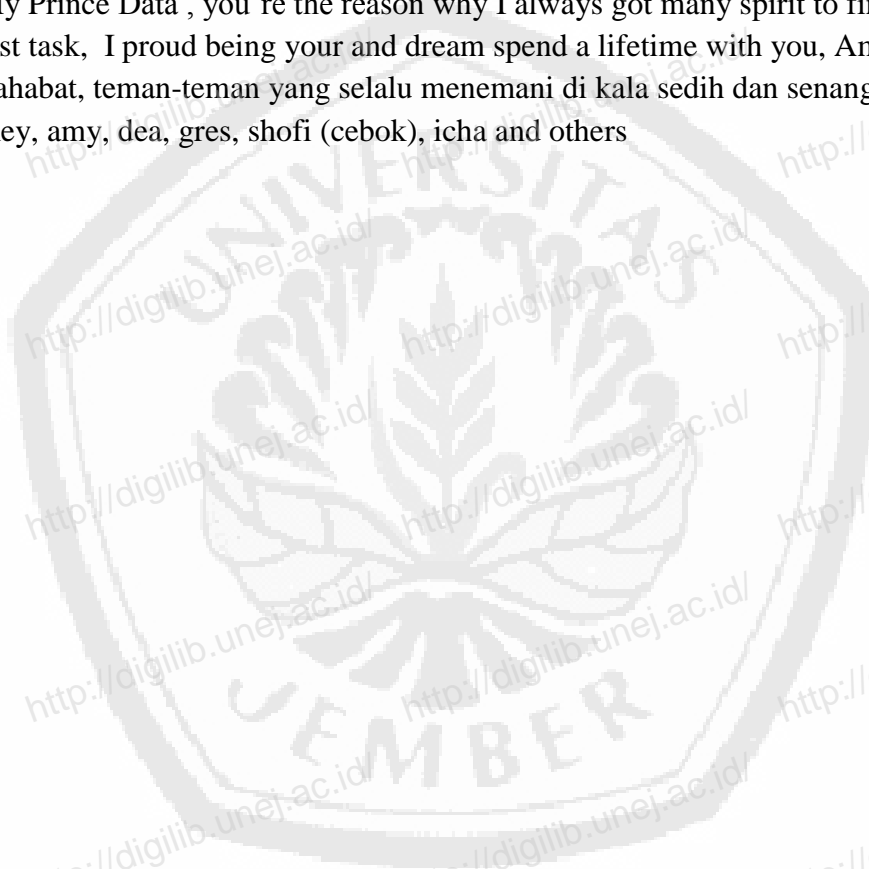
Mengetahui Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Dr. Moh. Fathorrazi, SE. M.Si
NIP. 19630614 199002 1001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini banyak memberikan inspirasi-inspirasi dan banyak pula yang mendukung di dalamnya, tulus kupersembahkan kepada:

- Kedua orang tua tercinta, takkan pernah bisa membalas budi mereka selama ini, tapi akan berusaha sebaik mungkin dan semampunya.
- Keluarga besar, adik tercinta yang telah memberikan inspirasi-inspirasi hidup menjadi lebih baik
- My Prince Data , you're the reason why I always got many spirit to finished this last task, I proud being your and dream spend a lifetime with you, Amin.
- Sahabat, teman-teman yang selalu menemani di kala sedih dan senang, hey dude mey, amy, dea, gres, shofi (cebok), icha and others



*Because the people who are crazy enough to think can change the world
are ones who do*

*Akan ada ketenangan dibalik setiap kegelisahan, ada tawa dibalik setiap air
mata, jika kamu selalu menyertakan tuhan dalam setiap langkahmu. Trust in
GOD*

(Fresti Aditia S)



ABSTRAKSI

Fresti Aditia Sugiarto, 2012

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor perilaku konsumen yang mempengaruhi keputusan pembelian pada UD. Perdana Grosir di Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dan pengumpulan data menggunakan instrument kuesioner. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi inir berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa dari 5 variabel perilaku konsumen yaitu produk, lokasi, harga, kelompok refrensi, dan diskon, di analisis melalui analisis regresi linier berganda yang telah melalui pengujian asumsi klasik dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa faktor produk, lokasi, harga, kelompok refrensi dan diskon berpengaruh positif secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan secara parsial faktor produk, harga, kelompok refrensi dan diskon berpengaruh signifikan tetapi faktor lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UD. Perdanan grosir. Pengujian menggunakan uji t menunjukkan bahwa faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi pengambilan keputusan pada UD Perdana Grosir Jember yaitu faktor harga.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada UD. Perdana Grosir Jember” skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Melalui penyusunan skripsi ini, penulis berharap dapat memperoleh wawasan pengetahuan, dan hal-hal yang baru untuk meningkatkan kemampuan intelektual dan penelitian. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan bantuan dari berbagai pihak proses penelitian dan penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan kali ini penulis akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr Moh. Fathorrazi, SE.M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Ibu Prof. Dra. Hj. Istifadah SE,M.Si. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
3. Bapak Dr. M. Dimiyati, SE,M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
4. Bapak Drs. H. Abdul Halim SE,M.Si. selaku dosen pembimbing I yang dengan ikhlas memberikan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Ibu Dr. Nurhayati SE, MM selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bantuan bimbingan, kritik, saran dengan penuh kesabaran;
6. Ibu Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan bimbingan, kritik dan saran dengan keikhlasan;
7. Dosen Fakultas Ekonomi khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu dan mendidik saya sebagai mahasiswa;
8. Segenap karyawan dan penggerak administrasi Manajemen yang sudah mau membantu saya selama mengerjakan skripsi ini;
9. Responden yang bersedia meluangkan waktu dan mengisi kuesioner penelitian saya;

10. Kedua orang tuaku Sugiarto dan Wati Astuti telah memberikan yang terbuat saya selama ini;

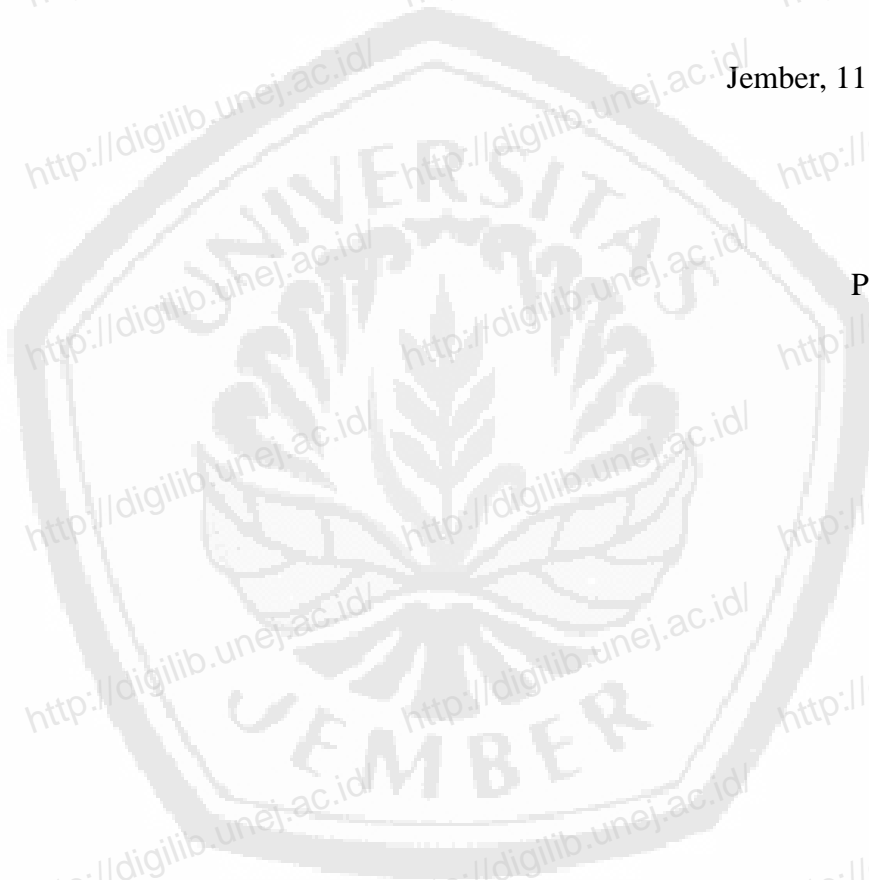
11. Keluarga besar saya dan teman-teman saya yang menyayangi saya;

12. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis pada khususnya.

Jember, 11 Oktober 2012

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv

I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	5
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.1 Memahami Pasar dan Kebutuhan Pasar.....	8
2.1.1.2 Proses Pemasaran.....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.2.1 Konsep Perilaku Konsumen.....	11
2.1.2.2 Karakteristik yang Mempengaruhi Konsumen.....	12
2.1.2.3 Pentingnya Perilaku Konsumen.....	17
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Tinjauan Penelitian Sebelumnya.....	21

2.3	Kerangka Konseptual.....	24
2.4	Hipotesis.....	24
III.	METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1	Rancangan Penelitian.....	26
3.2	Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1	Populasi.....	26
3.2.2	Sampel.....	26
3.3	Prosedur Pengumpulan Data.....	27
3.3.1	Jenis Data dan Sumber Data.....	27
3.3.2	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.4	Identifikasi Operasional Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	28
3.4.1	Variabel Penelitian.....	28
3.4.2	Definisi Operasional Variabel.....	28
3.5	Skala Pengukuran.....	30
3.6	Metode Analisis Data.....	31
3.6.1	Uji Validitas.....	32
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	32
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.6.4	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	35
3.6.5	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t).....	35
3.6.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	36
3.7	Kerangka Pemecahan Masalah.....	36
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan.....	39
4.1.2	Struktur Organisasi.....	39
4.1.3	Aspek Personalia.....	41
4.1.4	Karakteristik Responden.....	42
4.1.4.1	Jenis Kelamin Responden.....	42
4.1.4.2	Pendidikan atau Pekerjaan Responden.....	42
4.1.5	Statistik Deskriptif.....	43

4.1.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
4.2	Analisis Data.....	47
4.2.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	47
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.3	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	51
4.2.4	Koefisien Determinasi Berganda (R^2).....	52
4.2.5	Pengujian Secara Parsial (Uji t).....	52
4.2.6	Analisis Koefisien Korelasi Parsial (r).....	54
4.3	Pembahasan.....	54
4.3.1	Pengaruh Produk terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Perdana Grosir Jember.....	54
4.3.2	Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Perdana Grosir Jember.....	55
4.3.3	Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Perdana Grosir Jember.....	55
4.3.4	Pengaruh Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Perdana Grosir Jember.....	56
4.3.5	Pengaruh Diskon terhadap Keputusan Pembelian pada UD. Perdana Grosir Jember.....	56
V.	KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.2	Saran.....	58
	DAFTAR PUSTAKA.....	60
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	23
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Produk.....	43
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Lokasi.....	44
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Harga.....	44
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kelompok Referensi.....	45
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Diskon.....	45
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	48
Tabel 4.12 Collinearity Statistic.....	49
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Uji F.....	51
Tabel 4.14 Koefisien Korelasi Parsial.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model sederhana proses pemasaran.....	9
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembeli.....	20
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual.....	24
Gambar 3.1	Kerangka Pemecahan Masalah.....	37
Gambar 4.1	Bagan Struktur Organisasi UD. Perdana Grosir Jember.....	40
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	50

