



**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
PADA TOKO BUKU TOGAMAS JEMBER**

*The Analysis of Influential Variables Against The Consumer Purchase
Decision On Jember Togamas Bookstore*

SKRIPSI

Oleh :

RACHMAT EDI HANAFI

070810201187

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN
PADA TOKO BUKU TOGAMAS JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh:

Rachmat Edi Hanafi

NIM 070810201187

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2012**

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rachmat Edi Hanafi

NIM : 070810201187

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Variabel-Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Toko Buku Togamas Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

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

Jember, 07 Mei 2012

Yang menyatakan,

Rachmat Edi Hanafi

NIM 070810201187

PENGESAHAN

ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN PADA TOKO BUKU TOGAMAS JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Rachmat Edi Hanafi
NIM : 070810201187
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: 07 Mei 2012

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dr. M. Dimiyati, SE, M.Si :.....
NIP. 19670421 199403 1 008
Sekretaris : Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D :.....
NIP. 19660408 199103 1 001
Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :.....
NIP. 19501221 197801 1 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Variabel-Variabel Yang Berpengaruh
Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada
Toko Buku Togamas Jember
Nama : Rachmat Edi Hanafi
NIM : 070810201187
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Persetujuan : 9 April 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

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

Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D
NIP. 19660408 199103 1 001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajmen

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

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta khususnya Ibunda Kati, yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Guru-guru dan Dosenku sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi yang telah membimbingku dan memberiku ilmu tanpa tanda jasa dengan sepenuh hati;
3. Kakak-kakaku tersayang Mbak Fatimah, Mbak Chosiah, dan Mbak Syarofah yang telah memberikan dukungan dan doa hingga terselesaikan skripsi ini;
4. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada Allahlah hendaknya kamu berharap”.

(QS. Alam Nasrah Ayat 6-8)

Apabila anda berbuat kebaikan kepada orang lain, maka anda telah berbuat baik terhadap diri sendiri.

(Benyamin Franklin)

Bermimpilah! Lalu kejar dengan jujur, sabar, tekun, dan semangat.

(Mario Teguh)

Sejarah bukan hanya rangkaian cerita, ada banyak pelajaran, kebanggan dan harta didalamnya.

(Penulis)

RINGKASAN

Analisis Variabel-Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Oleh Konsumen Pada Toko Buku Togamas Jember; Rachmat Edi Hanafi; 070810201187; 2012: 70 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Variabel produk, lokasi, harga, merek, promosi dan pelayanan berpengaruh terhadap kecenderungan keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas Jember. Dan dari salah satu variabel tersebut variabel manakah yang mempunyai pengaruh dominan terhadap kecenderungan keputusan pembelian oleh konsumen pada Toko Buku Togamas Jember Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah variabel produk, lokasi, harga, merek, promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Buku Togamas Jember.

Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang di Toko Buku Togamas Jember. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel penelitian sebanyak 120 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis regresi logistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Produk, lokasi, harga, merek, promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Buku Togamas Jember. Variabel pembeda terbesar dengan frekuensi berbelanja adalah merek. Jadi merek menjadi faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Buku Togamas Jember.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa Produk, lokasi, harga, merek, promosi dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Toko Buku Togamas Jember. Dan variabel yang paling dominan terhadap kecenderungan keputusan pembelian konsumen di Toko Buku Togamas Jember adalah merek.

SUMMARY

The Analysis of Influential Variables Against The Consumer Purchase Decision On Jember Togamas Bookstore; Rachmat Edi Hanafi; 070810201187; 2012: 70 Page: Department of Economics, University of Jember.

Variable product, location, price, brand, promotion and service influence on consumer purchase decisions in Jember Togamas Bookstore. And from one of these variables are variables which have a dominant influence on consumer purchase decisions in Jember Togamas Bookstore aim of the study is to investigate and analyze whether a variable product, location, price, brand, promotion and service significantly influence consumers to make purchase decisions in Jember Togamas bookstore.

Population in this study is the consumer who comes in Jember Togamas Bookstore. Purposive sampling method using sampling. Study sample as many as 120 people. Data analysis methods used is a test of validity, reliability test and logistic regression analysis.

The results showed that the product variable, locations, pricing, branding, promotional and service significantly influence consumers to make purchase decisions in Jember Togamas Bookstore. Variable with the largest difference frequency is a brand shop. So the brand became the most dominant factor on consumer purchase decisions in Jember Togamas Bookstore.

Conclusion This study shows that the product, location, price, brand, promotion and service significantly influence consumers to make purchase decisions in Jember Togamas Bookstore. And the most dominant variables on consumer purchase decisions in Jember Togamas Bookstore is the brand.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Drs. H. Abdul Halim, M.Si dan Sudaryanto, SE, MBA, Ph.D, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
3. Ibu Prof. Dr. Istifadah, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan Bapak Dr. M. Dimiyati, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomu Universitas Jember
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
5. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.

6. Ibunda Kati tercinta dan Saudara-saudaraku (Fatimah, Chosiah, Syarofah) atas ridho, doa, dukungan dan nasehat yang selalu memudahkan langkah penulis;
7. Teman-teman manajemen angkatan 2007;
8. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 07 Mei 2012

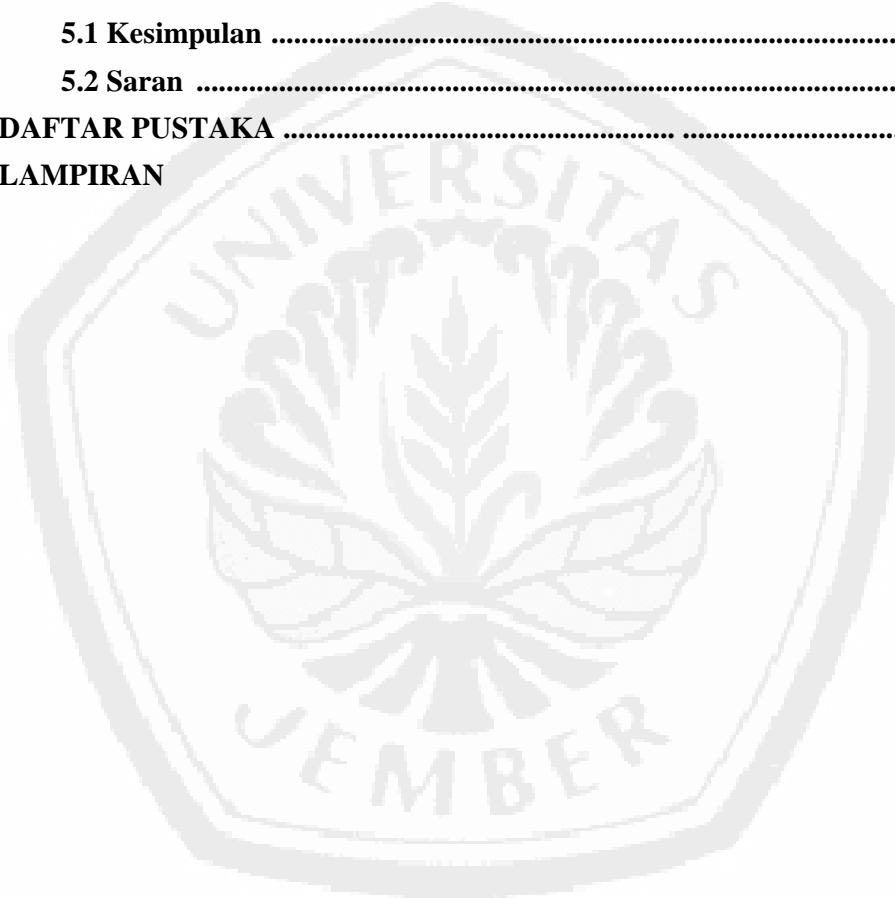
Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Konsep Pemasaran	5
2.1.2 Produk	5
2.1.3 Lokasi	5
2.1.4 Harga	7
2.1.5 Merek.....	9
2.1.6 Promosi.....	11
2.1.7 Pelayanan.....	12
2.1.8 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.9 Proses Keputusan Membeli.....	17
2.1.10 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	19

2.1.11 Motif – Motif Konsumen Dalam Melakukan Pembelian.....	23
2.1.12 Tipe – Tipe Perilaku Pembeli.....	24
2.2 Landasan Penelitian Sebelumnya	25
2.3 Kerangka Konseptual	27
2.4 Hipotesis.....	28
BAB 3. METODE PENELITIAN	30
3.1 Rancangan Penelitian	30
3.2 Jenis dan Sumber Data	30
3.3 Populasi dan Sampel.....	30
3.3.1 Populasi	30
3.3.2 Sampel	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data	31
3.4.1 Kuesioner	31
3.4.2 Wawancara	31
3.5 Identifikasi Variabel	32
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	32
3.7 Teknik Pengukuran	43
3.8 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian	35
3.8.1 Uji Validitas	35
3.8.2 Uji Reliabilitas	36
3.9 Metode Analisis Data	37
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	40
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	42
4.2 Gambaran Umum Responden	43
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	43
4.2.2 Jenjang Pendidikan Responden	44
4.2.2 Jenis Pekerjaan Responden	45
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian	46
4.3.1 Deskripsi Variabel Produk	46
4.3.2 Deskripsi Variabel Lokasi	48
4.3.3 Deskripsi Variabel Harga	49
4.3.4 Deskripsi Variabel Merek	50
4.3.5 Deskripsi Variabel Promosi	52

4.3.6 Deskripsi Variabel Pelayanan	53
4.3.7 Deskripsi Variabel Keputusan	54
4.4 Uji Instrumen Data	55
4.4.1 Uji Validitas	55
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	56
4.5 Analisis Regresi Logistik	56
4.6 Pembahasan	62
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	33
4.1 Jenis Kelamin Responden	43
4.2 Pendidikan Responden	44
4.3 Umur Responden	45
4.4 Pekerjaan Responden	45
4.5 Deskriptif Variabel Produk	47
4.6 Deskriptif Variabel Lokasi	48
4.7 Deskriptif Variabel Harga	49
4.8 Deskriptif Variabel Merek	51
4.9 Deskriptif Variabel Promosi	52
4.10 Deskriptif Variabel Pelayanan	53
4.11 Deskriptif Variabel Keputusan	54
4.12 Uji Validitas	55
4.13 Uji Reliabilitas	56
4.14 Regresi Logistik	57
4.15 <i>Omnibus Tests Of Model Coefficients</i>	59
4.16 <i>Iteration History and Model Summary</i>	60
4.17 <i>Hosmer and Lemeshow Test</i>	60
4.18 <i>Clasification tabel</i>	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Konseptual	28
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Distribusi Frekuensi

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Hasil Confirmatory

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data

Lampiran 6 Hasil Regresi Logistik

