



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG KOPI CAK WANG JEMBER

Analysis Of Factors Offeting Consumers Buying Decision at Warung Kopi Cak Wang Jember

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Progam Studi Ilmu Admintrasi Bisnis (S1)
Dan mencapai gelar Sarjana Adminitrasi Bisnis

Oleh
Geli Melani
NIM 090910202010

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2014**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta Ibunda Khatinah dan Ayahanda Mujani yang telah membesarkanku, mendidikku dengan penuh kasih sayang, dan pengorbanan ;
2. Kakakku Doni Kusuma dan Kakak ipar Citra Ayu Ningtyas yang telah memberikan dukungan moril maupun materi dan motifasi.
3. Guru-guru saya mulai Sekolah Dasar sampai para seluruh dosen perguruan tinggi Universitas Jember;
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

MOTO

Memiliki hasrat yang dapat menangkap misi dan semangat,
budaya dan nilai-nilai dari pembelian konsumen
Fisk*

Mengelola keputusan pembelian untuk mendorong bisnis dan menarik konsumen,
Untuk pasar sekarang maupun masa depan.**

*) Fisk, Peter. 2007. *Marketing Genius*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

***) Fisk, Peter. 2007. *Marketing Genius*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : GELI MELANI

NIM : 090910202010

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Kopi Cak Wang 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 bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 02 januari 2013

Yang menyatakan,

Geli Melani

NIM 090910202010

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WARUNG KOPI CAK WANG JEMBER

Oleh

Geli Melani

090910202010

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dra.Sri Wahyuni,M.Si

Dosen Pembimbing II : Yuslinda DH.S Sos,MAB

LEMBAR PENGESAHAN

Telah disetujui penelitian dengan judul “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Cak Wang Jember

Nama : Geli Melani
 Nim : 090910202010
 Jurusan/ Prodi : Ilmu Administrasi/ Administrasi Bisnis
 Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Jember, 02 Januari 2013

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

Dosen Pembimbing II

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
 NIP. 195604091987022001

Yuslinda Dwi H, S. Sos, MAB
 NIP. 19790919 2008122001

Ketua Jurusan
 Ilmu Administrasi

Ketua Program Studi
 Administrasi Bisnis

Dr. Sasongko, M.Si
 NIP. 1957040719860911001

Drs. Suhartono, MP
 NIP 196002141988031002

Mengetahui,

Pembantu Dekan I
 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Drs. Himawan Bayu Patriadi, M.A, Ph.D
 NIP. 19610828199201 1 001

RINGKASAN

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Cak Wang Jember Geli Melani, 090910202010; 2013; 78 halaman; Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Warung Kopi Cak Wang secara simultan maupun parsial. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda, uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik, pengujian hipotesis melalui uji f dan t, serta koefisien determinasi berganda (R^2). Melalui uji F menunjukkan bahwa masing-masing dari variabel faktor-faktor keputusan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Warung Kopi Cak Wang. dibuktikan dengan adanya tabel Anova yang menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($8,649 > 2,52$) atau dengan nilai Signifikan ($0,000 < 0,05$) masing variabel ($2,516, 1,429, 2,984, 2,045$) $> 1,6694$ dan signifikansi ($0,014, 0,154, 0,004, 0,045$) $< 0,05$. Dari nilai t hitung tersebut maka variabel yang memberikan pengaruh dominan terhadap tingkat keputusan pembelian konsumen di Warung Kopi Cang Wang Jember adalah variabel pribadi hal ini menandakan konsumen lebih memilih Warung Kopi Cak Wang karena harga lebih terjangkau, mengkonsumsi karena mengikuti pergaulan teman dan mengosumsi karena Warung Kopi Cak Wang ramai dikunjungi oleh remaja terutama mahasiswa

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah Swt. Atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Cak Wang Jember”, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember
2. Drs. Himawan Bayu Patriadi, MA, Ph. D selaku Pembantu Dekan I, Drs. Rudi Eko Pramono, M. Si selaku Pembantu Dekan II, Drs. Supriyadi, M.Si selaku Pembantu Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Dr. Sasongko, MA selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Suhartono, MP selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
5. Dra. Sriwahyuni, M.Si selaku Dosen Pembimbing utama dan Yuslinda Dwi H, S.sos, M,AB selaku Dosen pembimbing anggota yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian dalam penulisan skripsi ini;
6. Dr. Edy Wahyudi. S.Sos, MM., selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing selama penulis menjadi mahasiswa;
7. Bapak Rahmad selaku pengelola warung cak wang jember mastrib yang sudah mengizinkan peneliti untuk melakukan penelitian;
8. Ibu Khatinah dan Bapak Mujani yang memberi dorongan berupa doa dan motifasi hingga selesainya skripsi ini;
9. Seluruh keluarga yang telah memberikan semangat dan dorongan;
10. Seluruh teman-teman kuliah jurusan Administrasi Bisnis angkatan tahun 2009 yang selalu memberikan masukan dan kritik yang membangun;

11. Temanku Dian Prakasiwi Kusuma Wardhany, Putik shintya, dan Nur faiqah Reni Juliwartini, Erwin Adi Wijaya, Asty Ginasty,Rico surya,Galy Bagus Setiawan,Dody Eka, Mb ijul dan Claudia yang telah memberi dorongan dan semangat;
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Jember, 02 Januari 2014

Geli Melani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO.....	v
PERNYATAAN.....	vi
PEMBIMBINGAN.....	vii
PENGESAHAN.....	viii
RINGKASAN	ix
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.2 Pemasaran	10
2.3 Konsep Perilaku Konsumen	12
2.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.3.2 Peranan Konsumen	12
2.1.3 Tipe dan Konsumen.....	13
2.1.4 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	13
2.4 Konsep Keputusan Pembelian	18
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	18
2.4.2 Faktor Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsuen	21
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Model Konsep.....	25
3.3 Model Hipotesis.....	26

3.4	Hipotesis Penelitian	26
3.5	Tahapan Penelitian	28
3.6	Tahap Pengumpulan Data	30
	3.6.1 Pengumpulan Data Primer	30
	3.6.2 Pengumpulan Dta Sekunder	31
3.7	Tahap Analisis Data	32
	3.7.1 Pengukuran Variabel Penelitian	32
	3.7.2 Variabel Bebas	33
	3.7.3 Variabel Proses Keputusan Pemebelian Konsumen	34
	3.7.4 Tabulasi.....	35
3.8	Definisi Operasional Variabel	36
3.9	Uji Instrumen	37
	3.9.1 Validitas Instrumen.....	37
	3.9.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.10	Analisis Data	38
	3.10.1 Analisis Regresi Liniear Berganda	38
	3.10.2 Uji Hipotesis.....	39
3.11	Uji Asumsi Klasik	41
3.12	Tahap Pengambilan Kesimpulan	42
BAB 4.	HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1	Dekripsi Hasil	43
	4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
	4.1.2 Karakteristik Responden	44
	4.1.3 Statistik Deskriptif.....	45
	4.1.4 Uji Instrumen.....	50
	4.1.5 Analisis Data	52
	4.1.6 Uji Hipotesis.....	53
	4.1.7 Uji Asumsi Klasik	54
4.2	Pembahasan	57
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	60
5.1	Kesimpulan	60
5.3	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Data Pesaing Cak Wang	3
1.2 Perbedaan Cak Wang dengan Pesaingannya	3
2.3 Proses Evaluasi Alternatif Berdasarkan Model Pengambilan keputusan	11
2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pencairan Informasi	16
2.3 Proses Evaluasi Alternatif berdasarkan Model Keputusan Pembelian .	16
2.3 Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian sekarang	24
3.1 Definisi Operasional Penelitian	36
4.1 Distribusi Frekuensi umur Responden	44
4.2 Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.3 Distribusi Frekuensi Pekerjaan Responden	45
4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Budaya	46
4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Sosial.....	46
4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Pribadi.....	47
4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Psikologi	48
4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Pembelian.....	59
4.9 Hasil Uji Validitas.....	51
4.10 Hasil Uji Reliabilitas	52
4.11 Hasil Regresi Linear Berganda	53
4.12 Uji Multikolinearitas	55
4.13 Uji Heteroskedastisitas	55
4.14 Variabel Dominan.....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Proses Pencarian Internal.....	14
2.2 Komponen Dasar Evaluasi Alternative	16
2.2 Komponen Dasar Proses Evaluasi Alternatif	17
3.2 Model Konsep.....	25
3.3 Model Hipotesis	26

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
A Kuesioner.....	65
B Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden.....	70
C Hasil Distribusi dan Indeks Frekuensi	72
D Hasil Uji Validitas.....	77
E Hasil Uji Reliabilitas	79
F Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	81
G Tabel t.....	83
H Tabel F.....	84

