

**PENGARUH FAKTOR MOTIVASI, PERSEPSI DAN
PEMBELAJARAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN OBAT PARACETAMOL GENERIK DI
KECAMATAN BABADAN**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Novita Eka Maharani
N I M : 11412651
Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Faktor Motivasi, Persepsi Dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Paracetamol Generik Di Kecamatan Babadan
Nama : Novita Eka Maharani
N I M : 11412651
Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Drs. Ec. PURWANTO, MM
NIK. 19531024 199309 14

Ponorogo,

Pembimbing II



EDI SANTOSO, SE, MM
NIK. 19740311 200103 12

Mengetahui :
Dekan Fakultas Ekonomi



TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

Dosen Penguji :



Drs. Ec. PURWANTO, MM
NIK. 19531024 199309 14



Dra. UMI FARIDA, MM
NIK. 19610110 199112 13



TITI RAPINI, SE, MM
NIP. 19630505 199003 2 003

RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya pengaruh faktor psikologis konsumen dari dalam diri masyarakat Kecamatan Babadan saat akan memutuskan untuk membeli obat Paracetamol Generik. Setiap pengaruh dari faktor psikologis tersebut akan mempengaruhi kenaikan atau penurunan keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian obat Paracetamol Generik ditengah persaingan dengan obat-obat sejenis lainnya berdasarkan pada faktor psikologis yang meliputi motivasi, persepsi dan pembelajaran konsumen. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi dan pembelajaran terhadap keputusan pembelian obat Paracetamol Generik di Kecamatan Babadan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data yang dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, interview, dan pengamatan. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang memenuhi satu dari lima kriteria peran ; pemberi inisiatif (*initiator*), pemberi pengaruh (*influencer*), pembuat keputusan (*decider*), pembeli (*buyer*) dan pemakai (*user*) obat Paracetamol Generik di Kecamatan Babadan. Empat hipotesis diformulasikan dan diuji dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, persepsi dan pembelajaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian obat. Pada uji parsial persepsi tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pembelajaran konsumen berpengaruh lebih tinggi terhadap keputusan pembelian obat Paracetamol Generik dibanding motivasi dan persepsi konsumen.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Saya tidak mau pengalaman dan pengetahuan yang saya miliki.

Terkubur bersama tubuh saya ketika mati kelak

(Bob Sadino)

*Sebuah persembahan untuk kedua orang tua tercinta
Atas curahan keringat, kasih sayang serta doanya selama ini.*

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Faktor Motivasi, Persepsi dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Obat Paracetamol Generik di Kecamatan Babadan”**, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasehat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Drs. H. Sulton, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Ibu Titi Rapini, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Hadi Sumarsono, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Bapak Drs. Ec. Purwanto, MM, selaku Dosen Wali serta selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak Edi Santoso, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan serta saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang tak ternilai selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

7. Staff Karyawan di Kantor Kecamatan Babadan yang telah memberikan informasi yang dibutuhkan penulis untuk mendukung isi skripsi ini.
8. Khususnya kedua orang tua dan adik penulis, terima kasih banyak telah memberikan doa serta dukungan baik secara moril maupun meteril yang luar biasa pada setiap langkah hidup penulis, besar harapan penulis untuk bisa menjadi kebanggaan bagi mereka.
9. Saudara Ranika Ayu Agustin, yang bersama-sama berjuang menyelesaikan skripsi terima kasih atas saran, bantuan, diskusi serta kerjasamanya.
10. Dua teman sejawat Asisten Apoteker yang menempuh pendidikan di Universitas Setia Budi dan Universitas Muhammadiyah Malang bersama-sama berjuang dan berkerjasama menyelesaikan skripsi masing-masing untuk memperoleh Gelar SE dan S.Farm.
11. Teman-teman satu kelas penulis di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, terima kasih ketulusan hatinya memberikan dukungan, berbagi suka duka dan bersama-sama melewati hampir 4 tahun pendidikan di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
12. Seluruh responden, terima kasih atas waktu dan informasi yang untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah tulus ikhlas memberikan dukungan dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu segala saran dan kritik yang membangun akan menyempurnakan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Ponorogo, Februari 2015

Penulis,

Novita Eka Maharani

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR
KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo,



NOVITA EKA MAHARANI
NIM. 11412651

DAFTAR ISI

	halaman
Halaman Pengesahan	i
Ringkasan	ii
Motto dan Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan Penelitian	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Pengertian Pemasaran	10
2.1.1.1. Konsep Inti Pemasaran	11
2.1.1.2. Proses Pemasaran	13
2.1.2. Pengertian Perilaku Konsumen	15
2.1.2.1. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	16
2.1.3. Pengertian Motivasi	20
2.1.3.1. Unsur – Unsur Motivasi	21
2.1.3.2. Klasifikasi Motivasi	22
2.1.4. Pengertian Persepsi	23
2.1.4.1. Proses Persepsi	24

2.1.5. Pengertian Pembelajaran	26
2.1.5.1. Syarat Proses Belajar	27
2.1.6. Pengertian Keputusan Pembelian	28
2.1.6.1. Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian	28
2.1.6.2. Tahapan – Tahapan Dalam Proses Keputusan Pembelian	29
2.1.7. Pengertian Obat Paracetamol Generik	30
2.1.7.1. Pengertian Obat dan Obat Generik	30
2.1.7.2. Pengertian Paracetamol	34
2.1.7.3. Paracetamol Generik di Mata Konsumen ..	36
2.1.8. Hubungan Antara Motivasi, Persepsi dan Pembelajaran Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	37
2.2. Penelitian Terdahulu	38
2.3. Kerangka Pemikiran	41
2.4. Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	44
3.1.1. Lokasi Penelitian	44
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	46
3.3. Metode Pengambilan Data	49
3.4. Definisi Operasional Variabel	50
3.5. Metode Analisis Data	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Deskriptif Obyek Penelitian	57
4.1.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	57
4.1.2. Gambaran Umum Produk Yang Akan Diteliti	60
4.1.3. Gambaran Umum Responden	61
4.1.3.1. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Alamat	61

4.1.3.2. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.3.3. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	63
4.1.3.4. Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.2. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	64
4.2.1. Uji Validitas	64
4.2.2. Uji Reliabilitas	67
4.2.3. Deskripsi Tanggapan Responden	67
4.2.3.1. Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Motivasi (X_1)	69
4.2.3.2. Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Persepsi (X_2)	70
4.2.3.3. Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Pembelajaran (X_1)	72
4.2.3.4. Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	74
4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda	78
4.2.5. Koefisien Determinasi (R^2)	80
4.2.6. Uji t (Parsial)	82
4.2.7. Uji F (Simultan)	84
4.3. Pembahasan	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran dan Keterbatasan	93
5.2.1. Saran	93
5.2.2. Keterbatasan	94
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 2.1. Penggolongan Obat Secara Umum	31
Tabel 2.2. Perbedaan Obat Generik, Obat Bermerek dan Obat Paten ...	34
Tabel 3.1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010 Menurut Kelurahan / Desa di Kecamatan Babadan	45
Tabel 3.2. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian (Petani dan Pegawai) Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk Tahun 2010 Menurut Kelurahan / Desa di Kecamatan Babadan	46
Tabel 3.3. Penentuan Sampel Penelitian	48
Tabel 3.4. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	51
Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin di Kecamatan Babadan	58
Tabel 4.2. Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian di Kecamatan Babadan	58
Tabel 4.3. Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Kecamatan Babadan	59
Tabel 4.4. Jumlah Fasilitas Kesehatan di Kecamatan Babadan	59
Tabel 4.5. Responden Berdasarkan Alamat	62
Tabel 4.6. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.7. Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.8. Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.9. Kriteria Validitas r_{hitung} dan Interpretasi	65
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi (X_1)	65
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X_2)	65
Tabel 4.12. Hasil Uji Validitas Variabel Pembelajaran (X_3)	66
Tabel 4.13. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4.14. Hasil Uji Reliabilitas	67

Tabel 4.15. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Motivasi (X_1)	69
Tabel 4.16. Nilai Indeks Per Indikator Variabel Motivasi (X_1)	69
Tabel 4.17. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Persepsi (X_2)	71
Tabel 4.18. Nilai Indeks Per Indikator Variabel Persepsi (X_2)	71
Tabel 4.19. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Pembelajaran (X_3)	73
Tabel 4.20. Nilai Indeks Per Indikator Variabel Pembelajaran (X_3)	73
Tabel 4.21. Frekuensi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y)	74
Tabel 4.22. Nilai Indeks Per Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.23. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.24. Hasil Pengujian Hipotesis Melalui Analisis Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4.25. Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.26. Hasil Uji t (Parsial)	83
Tabel 4.27. Hasil Pengujian Hipotesis Melalui Uji t (Parsial)	84
Tabel 4.28. Hasil Uji F (Simultan)	85

DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1. Konsep Inti Pemasaran	11
Gambar 2.2. Model Perilaku Konsumen Yang Membahas Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	18
Gambar 2.3. Model Hirarki Kebutuhan	22
Gambar 2.4. Proses Persepsi	24
Gambar 2.5. Tahapan Konsumen Dalam Proses Pembelian Suatu Produk	29
Gambar 2.6. Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4.1. Kurva Pengujian Hipotesis Dua Arah	83

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	1
Lampiran 2. Data Mentah Penelitian	5
Lampiran 3. Hasil Uji Validitas	8
Lampiran 4. Hasil Uji Reliabilitas	10
Lampiran 5. Frekuensi Jawaban Responden	11
Lampiran 6. Beberapa Contoh Brosur Ajakan Menggunakan “Obat Generik”	17
Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan	18