

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN
DI SWALAYAN AMAKO PONOROGO**



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

Oleh :

Nama : Nurwachid Indra Sakti
NIM : 09412447
Jurusan : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
TAHUN 2014

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA : NURWACHID INDRA SAKTI
NIM : 09412447
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN
PEMBELIAN DI SWALAYAN AMAKO PONOROGO

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S1)
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Pembimbing I



Titi Rapini, SE, MM
NIK 19630506 199001 11

Dosen Pembimbing

Pembimbing II



Edi Santoso, SE., MM.
NIK 19760508 200501 11

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Ponorogo



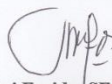
(Titi Rapini, SE, MM)
NIK 19630505 199001 11

Ketua



(Titi Rapini, SE, MM)
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji
Sekretaris



(Umi Farida, SE. MM)
NIK. 19610110 199112 13

Anggota



(Drs. Ec. Purwanto, MM.)
NIK. 1993091419531024

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam karya 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.



MOTTO

"Hidup Adalah Pilihan.

*Pilihan Terbaik diawali dari Keberanian dalam mengambil
keputusan..!"*

(Nurwachid Indra Sakti)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan *Alhamdulillah* kehadiran Allah SWT disertai salam dan
sholawat pada nabi besar Muhammad SAW,
tulisan sederhana ini dipersembahkan dengan penuh cinta kepada:

Ayahanda Sarji Sodikin dan Ibunda Ismiati

untuk setiap pengorbanan, tetes keringat dan doa restu dalam membimbingku.
Saudara, Sanak dan kerabat untuk setiap motivasi dan bantuan yang diberikan

Kekasihku: Vita Ariani

untuk kesetiaan, kesabaran dan pengertiannya dalam mendampingi
setiap perjuanganku

(Nurwachid Indra Sakti)

ABSTRAK

Dalam perkembangan konsep pemasaran mutakhir, konsumen menempati posisi yang sangat sentral bagi perusahaan, antara lain sebagai obyek. Sebagai obyek perusahaan melihat dan mempelajari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian produk pada suatu tempat, seperti; lokasi, pelayanan, fasilitas dan keragaman barang. Untuk memenuhi hal tersebut, perusahaan menyiapkan konsep berbelanja yang menyenangkan dan memanjakan konsumen, seperti keinginan memilih barang sendiri, kepuasan terhadap keanekaragaman produk yang lengkap tersedia pada satu tempat dengan lokasi yang nyaman, lapang dan terjangkau.

Penelitian ini berjudul **Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian di Swalayan Amako Ponorogo** dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana faktor harga, kualitas pelayanan, lokasi, keragaman produk dan fasilitas, serta faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Swalayan Amako Ponorogo.

Dari hasil analisis diperoleh simpulan sebagai berikut: Uji t: 1) Uji Koefisien Regresi Secara parsial (Uji t) Faktor Harga Diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($1,517 < 2,005$) maka H_0 diterima, artinya secara parsial, tidak ada pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian. 2) Uji Koefisien Regresi Secara parsial (Uji t) Faktor Kualitas Pelayanan Diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($0,457 < 2,005$) maka H_0 diterima, artinya secara parsial, tidak ada pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. 3) Uji Koefisien Regresi Secara parsial (Uji t) Faktor Lokasi Diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($0,932 < 2,005$) maka H_0 diterima, artinya secara parsial, tidak ada pengaruh signifikan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian. 4) Uji Koefisien Regresi Secara parsial (Uji t) Faktor Keragaman Produk Diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel ($3,214 > 2,005$) maka H_0 ditolak, artinya secara parsial, ada pengaruh signifikan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian. 5) Uji Koefisien Regresi Secara parsial (Uji t) Faktor Fasilitas Diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($-0,014 > 2,005$) maka H_0 diterima, artinya secara parsial, tidak ada pengaruh signifikan fasilitas terhadap Keputusan Pembelian.

Dari Uji F didapati: F hitung $> F$ tabel ($7,424 > 3,168$) maka H_0 ditolak, artinya ada pengaruh secara signifikan antara Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keragaman Produk dan Fasilitas secara bersama-sama/simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Key Word: Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keragaman Produk, Fasilitas, Keputusan Konsumen, Pembelian, Swalayan Amako Ponorogo.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena dengan izin dan ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul: **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI SWALAYAN AMAKO PONOROGO**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Sehubungan dengan itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Bapak Drs. 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., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo
4. Ibu Titi Rapini, SE., MM., selaku pembimbing I dan Bapak Edi Santoso, SE., MM., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan kesabaran dalam memberikan pengarahan serta bimbingan kepada penulis.

5. Orang Tuaku tercinta, Ayahanda Sarji Sodikin dan Ibunda Ismiati, Saudara serta kekasihku Vita Ariani yang selalu mengiringi langkahku dengan do'a dan semangat yang tak pernah pupus.
6. Sahabatku: Romdhoni, Masyafak Khairi, Roni, Yanuar, kerabat, rekan-rekan Manajemen Angkatan tahun 2009 dan semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah turut bersusah payah dalam memberikan bantuan.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Ponorogo, 25 Agustus 2014

Penulis

Nurwachid Indra Sakti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran	9
1. Produk	10
2. Harga	15
3. Saluran Distribusi	17
4. Promosi	20
B. Perilaku Konsumen	23
1. Faktor Eksternal	25
2. Faktor Internal	26

C.	Keputusan Pembelian	27
1.	Model Keputusan Konsumen	29
2.	Proses Masuknya Informasi	30
3.	Proses Pertimbangan Pembeli	31
D.	Kualitas Pelayanan	33
E.	Fasilitas	34
F.	Penelitian Terdahulu	36
G.	Hipotesis	38
H.	Kerangka Pemikiran	39
BAB III METODE PENELITIAN		
A.	Lokasi Penelitian	40
B.	Populasi	40
C.	Sampel	40
D.	Metode Pengumpulan Data	41
E.	Definisi Operasional	42
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas	45
G.	Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Profil Swalayan Amako Ponorogo.....	51
B.	Profil Responden	54
C.	Deskripsi Variabel	56
D.	Hasil Penelitian dan Pembahasan	68
E.	Implikasi Hasil Penelitian.....	94
BAB V PENUTUP		
A.	Kesimpulan	97
B.	Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....		
		102

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Pendapatan Responden	54
Tabel 4.2 Tingkat Pendidikan Responden	55
Tabel 4.3 Usia Responden	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai harga yang lebih murah.....	56
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai harga Produk Swalayan.....	57
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Potongan harga.....	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Keramahan Karyawan	58
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan yang tepat.....	59
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Pelayanan Karyawan Yang Cepat	59
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Lokasi Amako yang Strategis ..	60
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kelancaran Transportasi	60
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan lalu lintas.....	61
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Varian	62
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Merk Produk lengkap.....	62
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Pilihan Produk Memenuhi Keb.	63
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Penerangan dan Pendingin	64
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Tempat Parkir Aman.....	64
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Permainan Anak.....	65
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Amako Swalayan Pilihan.....	66
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Belanja Sesuai Kemampuan	66
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Konsumen	67
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Konsumen	67
Tabel 4.23 Case Processing	68
Tabel 4.24 Realibility Statistic	69
Tabel 4.25 Total Statistik.....	69
Tabel 4.26 Anova	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Dasar Pertimbangan Konsumen dalam Mngambil Keputusan ..	28
Gambar 2.2	Model Konsumen Mengambil Keputusan	30
Gambar 2.3	Tahap Proses Keputusan Pembelian	32
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran	39
Gambar 4.1	Uji t Harga	81
Gambar 4.2	Uji t Kualitas Pelayanan	85
Gambar 4.3	Uji t Lokasi	87
Gambar 4.4	Uji t Keragaman Produk.....	89
Gambar 4.5	Uji t Fasilitas.....	91
Gambar 4.6	Uji F.....	94