

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI



Oleh

AHMAD ZAKI
20030410127

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2007

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TEH BOTOL SOSRO**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana

pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta



Oleh

AHMAD ZAKI
20030410127

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA TEH BOTOL SOSRO

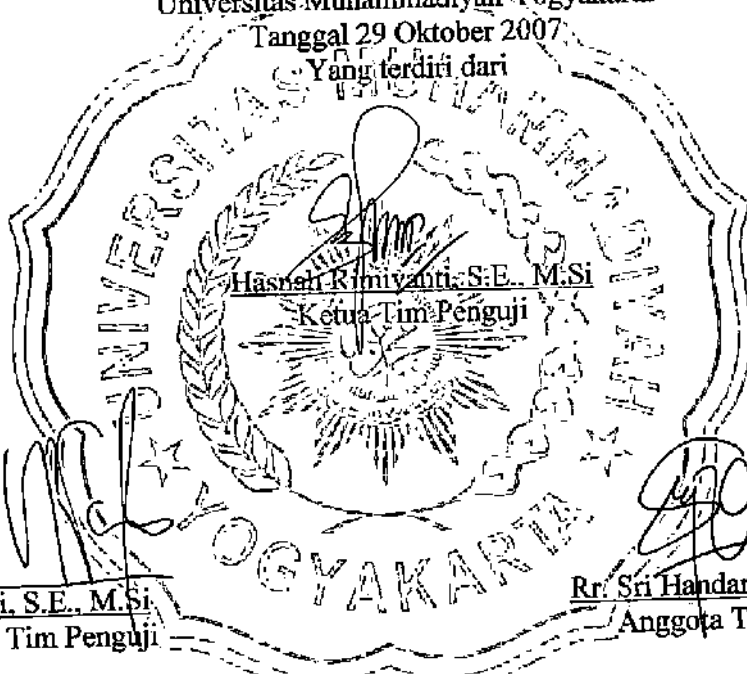
Diajukan oleh

AHMAD ZAKI
20030410127

Skripsi ini telah Dipersembahkan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Tanggal 29 Oktober 2007

Yang terdiri dari



Hasnah Riniyanti, S.E., M.Si
Ketua Tim Penguji

Fajarwati, S.E., M.Si
Anggota Tim Penguji

Rr. Sri Handari Wahyuningsih
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Mishbahul Anwar, S.E., M.Si
NK : 143014

Pernyataan

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Zaki

Nomor mahasiswa : 20030410127

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : " FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TEH BOTOL SOSRO"

Tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaa di
suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya
atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang
secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang
pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, maka saya bersedia karya saya
dibatalkan



Yogyakarta, 2007

Ahmad Zaki

MOTTO

"Nikmati hidup ini dan gunakan waktu sebaik-baiknya"

(Renaissance)

" Jadilah orang yang bermanfaat bagi orang lain, tapi jangan pernah mau dimanfaatkan orang lain"

" Pikiran kita terbaik ditimbulkan oleh orang lain"

(Ralp Waldo Emerson)

" Allah meninggikan orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang beri ilmu pengetahuan, beberapa derajat....."

(surat (58) Al Mujaadalah ayat 11)

Kupersembahkan Karyaku

kepada :

Ayahanda Bapak Azizi dan Ibunda Sulriyati Kakak ku tersayang Mba

Caifatul Wacanaah AB Wahani dan Zaiba serta Adik-adikku tercinta. Terima Kasih

Thank's to

- *My Best Friend heri, Ismadi, Agus, Sony, Mario dan Koprul Thank's for atas dorongan dan semangatnya yang telah diberikan kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliah*
- *Heri, wistmu and Sony (Kapan Nyusul n met berjuang !!! untuk menyangsong hari depan yang cerah) Guidel (semangat terus kuliahnya)*
- *Bagi Wisma fals thank's for all semangat berjuang and tetap jaga kekompakan kalian*
- *Teman-teman Buku tangkis makasih atas dorongannya and kapan teman-teman nyusul*
- *Teman-teman Manajemen B n Manajemen 2003. teman-teman sependadaran, Budi, Mamek, Farid and Widi (ayo berjuang bersama)*
- Isti (cepatan Lulus) Nur (kapan makan-makanya) Rina (thank You memberi aku semangat)*
- *Teman-teman seperjuangan IIM makasih banyak telah memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi aku*
- *Tanto dan Nita makasih telah memberikan semangat and sering*

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Teh Botol Sosro, dikaitkan dengan empat variabel yaitu desain kemasan, harga, iklan dn kualitas produk. Dengan menggunakan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai subyek penelitian, responden diminta menjawab daftar pertanyaan langsung dalam bentuk koesioner. Regresi berganda dan uji t sebagai analisi data. Metode dengan *convenience sampling* dimana pengambilan sampel dari elemen yang datanya mudah diperoleh (Indiantoro dan Sopomo, 1997), empat variabel mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Zaifa, 2002)

Hasil penelitian menunjukkan, adanya pengaruh secara signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Teh Botol Sosro. Kualitas produk mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan desain kemasan, harga dan iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Teh Botol Sosro

1. * * * * * kemasan, harga, iklan dan kualitas

ABSTRACT

This research is done to know the factors influencing purchasing decision at product of Tea of Bottle Sosro, related by four variable that is design tidiness, price, advertisement and quality of product. By utilizing student of Faculty of Economics of University of Muhammadiyah Yogyakarta as subject research, responder asked to answer the direct questionnaire in the form of questioner. Doubled regression and test t as data analysis. Method by *convenience sampling* of where intake sample from element which its data is easy go (Indrianto and Sopomo, 1997), four variable relate at previous research conducted by (Zaifa, 2002)

Result of research show, existence of influence by significant is quality of product to decision of purchasing of product of Tea of Bottle Sosro. Quality of product have the positive relation and significant to purchasing decision, while design tidiness, price and advertisement do not have an effect on by significant to decision of purchasing of product of Tea of Bottle Sosro.

Keyword : purchasing decision, desion tidiness, price, advertisement and quality of

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Assalamu' alaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmatnya dalam penulisan skripsi dengan judul : " FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TEH BOTOL SOSRO"

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi organisasi perusahaan Teh Botol Sosro khususnya konsumen dalam mengambil keputusan pembelian terhadap produk Teh Botol Sosro, dan memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimah kasih yang sebesar-besarnya.

1. Bapak Khoiruddin Bashori selaku rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian, dan memberikan petunjuk bimbingan serta kemudahan selama penulis menyelesaikan studi.
2. Hasnah Rimiati, S.E. M.Si. yang dengan penuh kesabaran telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian skripsi

3. Ayahanda (azizi) Ibunda (Suhriyati) dan kakakku (Ila, Ali, Zaifa) serta adikku (indah) yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi
4. Semua temen-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan kemudahan dan bantuannya dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.
5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, tetapi semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi semua pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi inspirasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya

Yogyakarta, 2007

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	2
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
1. Pengertian perilaku konsumen.....	5
2. Faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian.....	5
3. Proses pengambilan keputusan.....	9

5. Proses pengambilan keputusan pembelian.....	14
6. Variabel-variabel yang mempengaruhi proses keputusan Pembelian.....	17
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
C. Hipotesis.....	27
D. Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Obyek/Subyek Penelitian.....	29
B. Teknik Pengambilan Sampel.....	29
C. Jenis Data.....	29
D. Teknik Pengumpulan Data.....	30
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
F. Uji Kualitas Instrumen.....	33
G. Alat Analisis dan Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Gambaran Umum Responden.....	36
B. Uji Kualitas Instrumen.....	39
C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	41
D. Pembahasan.....	46
BAB V SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN.....	48
A. Simpulan	48
B. Saran	49
C. Keterbatasan Penelitian	40

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	37
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan.....	38
4.4. Hasil Uji Validitas Instrumen.....	40
4.5. Hasil Uji Realiabilitas.....	41
4.6. Analisis Regresi Berganda.....	42
4.7. Model Summary	45

DAFTAR GAMBAR

1.1. Proses Keputusan Pembelian.....	15
1.2. Model Penelitian	28