

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI TOKO MAJU HARDWARE MADIUN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Strata 1



Diajukan oleh:

Nama : Alvino

NIM : 51410001

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA MADIUN**

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI TOKO MAJU HARDWARE MADIUN**

Dipersiapkan dan disusun oleh

Alvino

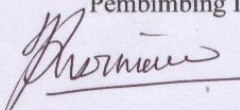
Telah disetujui dan diterima baik oleh pembimbing skripsi Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala Madiun, guna melengkapi sebagian tugas dan
memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi

Manajemen

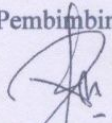
Madiun, 30 Juni 2014

disetujui dan diterima baik oleh

Pembimbing I


(**Ign. Soni Kurniawan, S.E., M.Sc.**)

Pembimbing II

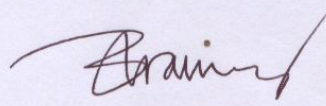

(**Caroliza Yulia P., S.E.**)

Mengetahui,

**Dekan
Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Widya Mandala
Madiun**


(**Sri Rustivaningsih, S.E., M.Si., Ak.**)

**Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi
Unika Widya Mandala Madiun**


(**Veronika Agustini Sri M., S.E., M.Si.**)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
DI TOKO MAJU HARDWARE MADIUN**

Dipersiapkan dan disusun oleh

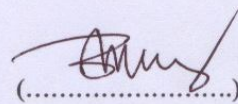
Alvino

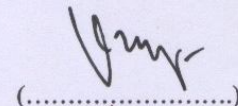
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima, guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

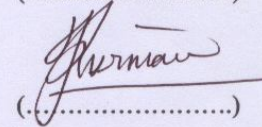
Madiun, 30 Juni 2014

Tim Penguji Skripsi

1. Veronika Agustini Sri M., S.E., M.Si.
Ketua
2. Vivi Ariyani S.E., M.Sc.
Anggota
3. Ign. Soni Kurniawan, S.E., M.Sc.
Anggota


(.....)


(.....)


(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO MAJU HARDWARE MADIUN

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi tersebut tidak terdapat secara keseluruhan atau sebagian tulisan orang yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan atau gagasan saya tanpa memberikan pengakuan kepada penulis asli.

Bila saya melakukan hal tersebut di atas baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya dan gelar kesarjanaan serta ijazah yang diberikan universitas batal saya terima.

Madiun, 11 Juni 2014



Alvino

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Semua orang tidak perlu menjadi malu karena pernah berbuat kesalahan, selama ia menjadi lebih bijaksana daripada sebelumnya.”

(Kahlil Gibran)

“Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah.”

(Heather Pryor)

Kupersembahkan karya ini untuk:

1. Bapak dan Ibuku tercinta,
2. Kakakku Shella Yanthy,
3. Kekasihku Deni Eka Pradani,
4. Keluarga besarku,
5. Almamaterku serta sahabat-sahabatku.

ABSTRAKSI

Toko Maju Hardware Madiun merupakan toko yang bergerak di bidang komputer yang sedang berkembang di Kota Madiun, sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di toko tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah produk, harga, pelayanan, dan lokasi berpengaruh secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Maju Hardware Madiun.

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli perlengkapan dan aksesoris komputer di Toko Maju Hardware Madiun, dan jumlah sampel sebagai responden sejumlah 114 orang dengan syarat responden telah melakukan pembelian minimal 2 kali dan responden yang berperan sebagai pembeli sekaligus pengguna. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk (X1), harga (X2), pelayanan (X3), dan lokasi (X4), sedangkan sebagai variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

Hasil analisis menunjukkan bahwa setiap item dari kuisioner valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian memenuhi persyaratan multikolinieritas, autokolerasi, heteroskedastisitas, dan normalitas. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,525 artinya 52,5% keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel produk, harga, pelayanan, dan lokasi sedangkan sisanya 47,5% (100% -52,5%) dijelaskan sebab-sebab lain. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan Uji t diketahui bahwa variabel produk, harga, dan pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Hanya variabel lokasi yang tidak berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan Uji F variabel produk, harga, pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Produk, Harga, Pelayanan, Lokasi, dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah S.W.T karena hanya limpahan rahmat-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI KONSUMENTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO MAJU HARDWARE MADIUN”** dengan baik. Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Terima kasih yang tak terhingga peneliti sampaikan kepada berbagai pihak yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi, terutama kepada pihak-pihak berikut ini.

1. Bapak Ign. Soni Kurniawan, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing I yang telah membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikannya.
2. Ibu Carolina Yulia T. P., S.E. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan saran-saran dan motivasi kepada penulis hingga selesainya skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan segenap civitas akademika Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Madiun yang telah banyak memberikan pengajaran dan bimbingan selama perkuliahan ini.
4. Bapak Aloysius Raynaldo H., S.E. selaku Manajer TokoMaju Hardware Madiun yang telah memberikan izin bagi peneliti untuk melakukan penelitian di Toko Maju Hardware Madiun.

5. Para konsumen Toko Maju Hardware Madiun yang telah berkenan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang peneliti sampaikan.
6. Keluargaku: Bapak dan Ibuku yang selalu memberi motivasi, doa, serta restu dalam setiap langkahku, kakakku Shella Yanthy, dan Deni Eka Pradani yang selalu menghibur dan membantu disaat aku mengalami kesulitan.
7. Teman-temanku Prodi Manajemen angkatan 2010 dan teman-teman kostku, terima kasih atas persahabatan, dan kenangan indah yang takkan terlupakan selama peneliti berkuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. Semoga kita semua bisa menjadi orang sukses. Amin.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan yang telah diberikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat menjadi bahan pertimbangan Toko Maju Hardware Madiun dalam memahami faktor-faktor keputusan pembelian, dan bagi para akademisi menjadi salah satu sumber literatur Penelitian Keputusan Pembelian.

Madiun, 11 Juni 2014

Alvino

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan Laporan Skripsi.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis.....	9
1. Motivasi.....	9
2. Keputusan Pembelian.....	10
3. Produk.....	14
4. Harga.....	16
5. Pelayanan.....	17
6. Lokasi.....	20

B. Pengembangan Hipotesis	22
1. Pengaruh Produk Terhadap Keputusan Pembelian	22
2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	23
3. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	24
4. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	25
5. Pengaruh Produk, Harga, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian	26
C. Kerangka Penelitian.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	30
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
C. Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
D. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
E. Data dan Prosedur Pengumpulan Data.....	37
F. Instrumen Penelitian.....	38
G. Teknik Analisis Data	39

BAB IV ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Data Penelitian	48
1. Gambaran Umum Perusahaan	48
2. Data Hasil Penelitian.....	55
3. Karakteristik Responden	56
B. Hasil Penelitian.....	60
1. Uji Kualitas Data	60
2. Uji Asumsi Klasik.....	63
3. Analisis Regresi Berganda	70
4. Koefisien Determinasi.....	72
5. Uji Hipotesis.....	73
C. Pembahasan.....	79

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	86
B. Saran	88

DAFTAR PUSTAKA	93
----------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Indikator Pengukuran	36
Tabel 4.1 Distribusi Kuisisioner	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Pembelian.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan.....	58
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan	59
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Produk.....	60
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Harga	61
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Pelayanan	61
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Lokasi	62
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.14 Nilai <i>Tolerance</i> dan <i>VIF</i>	64
Tabel 4.15 Uji Autokolerasi	65
Tabel 4.16 Uji Glejser	68
Tabel 4.17 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	70
Tabel 4.18 Tabel Analisis Regresi Berganda	71
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi	72
Tabel 4.20 Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	78

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	29
Gambar 3.1 Uji t	45
Gambar 3.2 Uji F	47
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	52
Gambar 4.2 Daerah Uji Autokolerasi	66
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	67
Gambar 4.4 Grafik <i>Normal P-Plot</i>	69
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Varabel Produk (X_1)	74
Gambar 4.6 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Varabel Harga (X_2)	75
Gambar 4.7 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Varabel Pelayanan (X_3).....	76
Gambar 4.8 Kurva Daerah Penerimaan dan Penolakan Varabel Lokasi (X_4).....	77
Gambar 4.9 Kurva Penerimaan Hipotesis Kelima.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Data Karakteristik Responden dan Variabel

Lampiran 3. Uji Kualitas Data

Lampiran 4. Uji Asumsi Klasik

Lampiran 5. Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis

Lampiran 6. Daftar Tabel

Lampiran 7. Surat Izin dan Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian