

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG FORTUNE PADA  
MASYARAKAT DESA SARI MAKMUR KECAMATAN  
PANGKALAN LESUNG KABUPATEN PELALAWAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral  
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

**OLEH**

**HANIK KURNIAWATI**

**NIM: 11071202473**



**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM SI  
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN SYARIF KASIM  
PEKANBARU**

**2014**

**SKRIPSI**

**PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG FORTUNE PADA  
MASYARAKAT DESA SARI MAKMUR KECAMATAN  
PANGKALAN LESUNG KABUPATEN PELALAWAN**



**OLEH**

**HANIK KURNIAWATI**  
**NIM: 11071202473**

**PROGRAM SI**  
**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SULTAN SYARIF KASIM**  
**PEKANBARU**  
**2014**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**NAMA : HANIK KURNIAWATI**  
**NIM : 11071202473**  
**JURUSAN : MANAJEMEN**  
**FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**JUDUL : PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK  
GORENG FORTUNE PADA MASYARAKAT DESA  
SARI MAKMUR KECAMATAN PANGKALAN  
LESUNG KABUPATEN PELALAWAN**

**DISETUJUI OLEH**

**PEMBIMBING**



**FERIZAL RACHMAD, SE.MM**  
**NIK: 130 707 010**

**DEKAN**



**Dr. MAHENDRA ROMUS, SP.MEc**  
**NIP: 19711119 20050 1 1004**

**KETUA JURUSAN**




**MULIA SOSIADY, SE.MM.Ak**  
**NIP: 19761217 20090 1 014**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**NAMA : HANIK KURNIAWATI**  
**NIM : 11071202473**  
**JURUSAN : MANAJEMEN**  
**FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**  
**JUDUL : PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK  
GORENG FORTUNE PADA MASYARAKAT DESA  
SARI MAKMUR KECAMATAN PANGKALAN  
LESUNG KABUPATEN PELELAWAN**  
**HARI/TANGGAL : KAMIS, 25 SEPTEMBER 2014**

**PANITIA**

**KETUA**

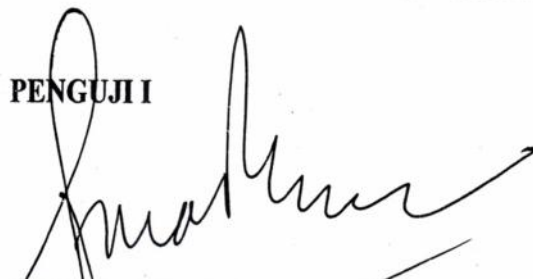
  
**Drs. ALMASRI, M.Si**  
**NIP: 19670801 20050 1 107**

**SEKRETARIS**


  
**YESSI NESNERI, SE, MM**  
**NIK: 130 712 071**

**MENGETAHUI**

**PENGUJI I**

  
**RIKI HANRI MALAU, SE, MM**  
**NIP.19710124 200701 1 020**

**PENGUJI II**

  
**JULINA, SE, M.Si**  
**NIP.19730722199903 2 001**

## ABSTRAK

### **PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINYAK GORENG FORTUNE PADA MASYARAKAT DESA SARI MAKMUR KECAMATAN PANGKALAN LESUNG KABUPATEN PELALAWAN**

**Oleh : Hanik Kurniawati**

Penelitian ini dilakukan di Desa Sari Makmur Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Faktor Psikologis terhadap Keputusan Pembelian minyak goreng Fortune pada masyarakat Desa Sari Makmur. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penduduk Desa Sari Makmur periode 2011-2013 yang berjumlah 425. Penarikan sampel menggunakan metode accidental sampling yang berjumlah 81 responden. Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas yaitu Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Sikap dan satu variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian. Pengolahan data menggunakan skala likert dengan peralatan statistik regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 4,933 + 0,078 X_1 + 0,251X_2 - 0,074 X_3 + 0,530 X_4 + e$$

Dimana variabel motivasi ( $X_1$ ), persepsi ( $X_2$ ), pembelajaran ( $X_3$ ) dan sikap ( $X_4$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut : bahwa secara simultan variabel motivasi, persepsi, pembelajaran dan sikap berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dilihat dari uji F, yang mana nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $f_{hitung} 11,635 > f_{tabel} 2,492$ ). Selanjutnya yaitu secara parsial variabel persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari uji  $t$ , yang mana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,780 > 1,991$ ). Dan variabel sikap, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini terlihat dari uji  $t$ , yang mana nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,780 > 1,991$ ). Sedangkan variabel motivasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,268 < 1,991$ ) dan variabel pembelajaran secara parsial juga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,268 < 1,991$ ). Angka Adjusted R square diperoleh sebesar 0,380 menunjukkan bahwa 38% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam persamaan regresi, sedangkan sisanya sebesar 62% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan hasil penelitian ini penulis menyarankan kepada pihak perusahaan untuk lebih memperhatikan tentang persepsi atau anggapan dan sikap konsumen terhadap minyak goreng fortune, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik, dan bagi peneliti selanjutnya, untuk meneliti variabel lain dari keputusan pembelian.

Kata kunci : Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Sikap dan Keputusan Pembelian.

## KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikanNya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul ***“Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Fortune Pada Masyarakat Desa Sari Makmur Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan”*** sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari tanpa adanya doa, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Mahendra Romus, SP. M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Mulia Sosiady, SE. MM. Ak. Selaku Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ferizal Rachmad, SE. M, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Proposal yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi dan proposal.

4. Drs. Alpizar M.Si Selaku Penasehat Akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan kemampuan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang tercinta, Ayahanda Ngatmin(Alm) dan Ibunda Sri Robiyatun(Alm) yang selama masa hidupnya telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
7. Kakak-kakakku Warsito, Warsini, Yuliati, Mat Thobi'i dan adikku Muhammad Alfa Riziserta saudara-saudara yang ada di Boyolali, Jawa Tengah yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
8. Seseorang yang sangat spesial Pamujiono yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.

9. Kepala Desa Sari Makmur Bapak Ratno yang telah berkenan memberikan saya izin untuk melakukan penelitian di Desa Sari Makmur.
10. Sahabatku Rohimah, Puput Fujiyanti dan Sugi Rahayuyang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan study dan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan di Manajemen lokal A dan Manajemen Pemasaran B angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan study.
12. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner.
13. Seluruh pihak-pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Pekanbaru, September 2014  
Penulis

**HANIK KURNIAWATI**



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II PEMBAHASAN</b>	
2.1 Pemasaran .....	7
2.2 Perilaku Konsumen .....	8
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	8
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	9
2.3 Psikologis Konsumen .....	12
2.3.1 Motivasi .....	12
2.3.1.1 Pengertian Motivasi .....	12
2.3.1.2 Metode dan Tujuan Motivasi .....	13
2.3.2 Persepsi .....	14
2.3.2.1 Proses Persepsi .....	14
2.3.3 Pembelajaran .....	16
2.3.4 Sikap .....	17
2.3.4.1 Pengertian Sikap .....	17
2.3.4.2 Karakteristik Tentang Sikap.....	19
2.4 Keputusan Pembelian .....	19
2.5 Penjualan Dalam Pandangan Islam .....	24

2.6 Variabel Penelitian .....	26
2.7 Definisi Operasional Variabel .....	27
2.8 Kerangka Pemikiran .....	28
2.9 Hipotesis .....	28

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	29
3.2 Jenis Dan Sumber Data .....	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	29
3.4 Populasi Dan Sampel .....	30
3.5 Uji Kualitas Data .....	32
3.6 Uji Analisis Data .....	33
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	34
3.8 Uji Hipotesis .....	37

### **BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

4.1 Sejarah Desa Sari Makmur .....	39
4.2 Struktur Organisasi .....	40

### **BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

5.1 Gambaran Umum Responden .....	43
5.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur .....	43
5.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
5.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan .....	44
5.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	45
5.2 Deskripsi Variabel Responden .....	46
5.2.1 Variabel Responden Motivasi ( $X_1$ ) .....	46
5.2.2 Variabel Responden Persepsi ( $X_2$ ) .....	47
5.2.3 Variabel Responden Pembelajaran ( $X_3$ ).....	48
5.2.4 Variabel Responden Sikap ( $X_4$ ) .....	49
5.2.5 Variabel Responden Keputusan Pembelian (Y) .....	50

5.3 Uji Kualitas Data .....	51
5.3.1 Uji Validitas .....	51
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	53
5.3.3 Uji Normalitas Data .....	54
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	55
5.4.1 Uji Multikolinieritas .....	55
5.4.2 Uji Autokorelasi .....	56
5.4.3 Uji Heterokedastisitas .....	56
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
5.6 Pengujian Hipotesis .....	60
5.6.1 Uji T (Uji Secara Parsial) .....	60
5.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan) .....	62
5.6.3 Koefisien Determinasi .....	63

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	64
6.2 Saran .....	65

## **DAFTAR PUSTAKA**