SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HONDA VARIO CV.BUNDA PAYAKUMBUH)

OLEH

MARLIA RAHMI
NIM : 11071203967

PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA	**: MARLIA RAHMI**
NIM	**: 11071203967**
JURUSAN	**: MANAJEMEN**
FAKULTAS	**: EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**
JUDUL	**: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HONDA VARIO CV.BUNDA PAYAKUMBUH)**
WAKTU UJIAN	**: KAMIS / 25 September 2014**

PANITIA PENGUJI

KETUA

Drs. ALPIZAR, M.Si
NIP. 19640625 199203 1 004

SEKRETARIS

MASTEVEN ROMUS, SE.Ak
NIK. 130 712 076

ANGGOTA

PENGUJI I

FERIZAL RACHMAD, SE, MM
NIK. 130 707 010

PENGUJI II

ERMANSYAH, SE, MM
NIK. 130 712 070

ABSTRAK

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HONDA VARIO CV.BUNDA PAYAKUMBUH)

OLEH

MARLIA RAHMI
NIM : 11071203967

Penelitian ini dilakukan pada CV. Bunda Kota Payakumbuh , yang beralamat di jl.Soekarno Hatta No.108 Parit Rantang, Payakumbuh, Sumatera Barat. Penelitian di mulai sejak bulan maret 2014 hingga selesai.

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah terdiri dari data primer dan data sekunder dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat SPSS versi 17.0. Dalam mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan teknik analisis regresi $Y= a+b_1X_1+b_2X_2+e$. *Variabel data penelitian Y adalah Keputusan Pembelian dan X adalah Faktor internal(Produk,Harga,Promosi,Lokasi),FaktorEksternal(Budaya,Sosial,Kepribadian, Kejiwaan,).*

Dari hasil penelitian, diperoleh nilai untuk variable faktor internal t-hitung 13.272> t-tabel 1,985 yang berarti bahwa faktor internal (Produk,Harga,Promosi,Lokasi), berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV.Bunda Payakumbuh. Untuk variabel Faktor Eksternal diperoleh t-hitung -1,119 < t-tabel 1,985 yang berarti bahwa variabel Faktor Eksternal (Budaya,Sosial,Pribadi,Kejiwaan,) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV.Bunda Payakumbuh. Hal ini menunjukkan bahwa variable faktor internal berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV.Bunda Payakumbuh, sementara variabel Faktor Eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada CV.Bunda Payakumbuh. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai F-hitung 89.624> F-tabel 3,090 yang menunjukkan bahwa variabel Faktor Internal (Produk,Harga,Promosi,Lokasi), Faktor Eksternal (Budaya,Sosial,Pribadi,Kejiwaan,). berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian pada CV.Bunda Payakumbuh.

Kata kunci : Faktor Internal (Produk,Harga,Promosi,Lokasi), FaktorEksternal (Budaya,Sosial,Pribadi,Kejiwaan), Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, wr. wb.

Alhamdulillahirabbilalamin. Atas segala nikmat iman, islam, kesempatan serta kekuatan yang telah diberikan Allah SWT khususnya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beriring salam kita hadiahkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW. Allaahumma shalli ‘alaa sayyidinaa Muhammad. Wa ‘alaa aali sayyidinaa Muhammad. Yang telah memberikan perubahan besar dalam kehidupan manusia, membawa manusia dari alam kegelapan kepada alam yang terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan seperti kita rasakan saat ini.

Dalam kesempatan ini, penulis telah menyelesaikan sebuah karya ilmiah atau skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen Honda Vario CV.Bunda Payakumbuh)” yang merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyelesaian skripsi ini tak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik dari segi material maupun dari segi moril kepada penulis. Oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Skripsi ini ananda persembahkan khusus kepada ayahanda **Dasril,** dan ibunda tercinta **Mutirna,SPd.** Terima kasih atas segala cinta, kasih sayang, doa,inspirasi, nasehat serta dukungan maupun material, spiritual, moral, yang tak akan dapat ananda balas, yang selama ini tercurah kepada ananda sehingga ananda masih tetap semangat mengemban amanat yang diberikan untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Ananda selalu berdoa kepada Allah SWT agar Ibunda senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Bapak Prof. Dr. M. Nazir selaku Rektor UIN SUSKA RIAU beserta staf Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
3. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP,M,Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
4. Bapak Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
5. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
6. Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku Dosen pembimbing yang sudah banyak memberikan bimbingan dan didikannya bantuan dan masukan serta arahan selama penulis menyusunan skripsi ini dengan sempurna.
7. Bapak Muhammad Rachamadi SE, MM selaku penasehat akademis yang telah memberikan motivasi dan bimbingan serta supportnya, arahan selama perkuliahan penulis.

8. Kepada para dosen bapak dan ibu beserta staf dan karyawan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri SUSKA Riau yang telah memberikan ilmu yang berharga kepada penulis selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
9. Buat Pimpinan beserta Karyawan dan Staf CV. Bunda di Payakumbuh yang telah membantu penulis memperoleh data yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
10. Buat Keluarga Besar ananda khususnya Abang Zendri Rahman,adek Abdul Halim,Maktuo Muslinar,kakak Gusti Eroza,Kak Era,Kak ipit, Bang Repi, Masno, kakak Anis, beserta keluarga besar lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan kasih sayang, motivasi baik dari segi moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Buat yang Spesial dan teristimewa Maryo Masphendra yang telah mengisi hari-hari dengan membantu selama pembuatan skripsi ini, yang telah meluangkan waktu siang dan malamnya, memberikan motivasi dan dukungan , penulis mengucapkan banyak terima kasih.
12. Sahabat dan teman-teman jurusan manajemen lokal G yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
13. Teman seperjuangan Halimah, Laura Pricilia Putri, Budi Harizal Dan special *Big Thanks* sahabat seperjuangan Putri Ramadhani Siregar,yang selalu menemani siang dan malam selama pembuatan skripsi ini, dia lah

yang menemani susah dan senangnya dalam pengurusan skripsi,bahkan kadang sulitnya mengatur waktu untuk menemui dosen sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.

14. Sahabat Sekonco Santi Eka Putri, Fahcrur Rozi Amerza, Rafi Syas Gapita, Edo Alychie, Sidratul Azmar, Dodi Firdaus, Irja, Marel Diva Sesra, Azlinda, Febby Fadly, dan terkhusus untuk Afrina Siska yang selalu memberikan dukungan, motivasi serta selalu menghibur, penulis mengucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan berupa kritik dan saran yang membangun dan bermanfaat dari berbagai pihak. Semua masukan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivator untuk berkarya lebih baik lagi dimasa yang akan datang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. *Amin yaa Rabbal 'Alamiin..*

Pekanbaru, 03 September 2014

Penulis

MARLIA RAHMI

DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI vii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah..... 5

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian 6

1.4 Sistematika Penelitian 7

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran 9

2.2 Manajemen Pemasaran 11

2.3 Bauran Pemasaran 12

2.4 Perilaku Konsumen 14

2.5 Keputusan Pembelian Konsumen 17

2.6 Produk 21

2.7 Harga..... 23

2.8 Promosi 28

2.9 Bauran Promosi 29

2.10 Lokasi..... 32

2.11 Proses Pengambilan Keputusan 35

2.12 Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam 38

2.13 Penelitian Terdahulu 40

2.14 Variabel Penelitian 41

2.15 Defenisi Operasional Variabel 41

2.16 Kerangka Pemikiran 44

2.17 Hipotesis 44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian 45

3.2 Jenis dan Sumber Data 45

3.3 Populasi Dan Sampel 46

3.4 Metode Pengumpulan Data 47

3.5 Analisis Kualitas Data 48

3.6 Uji Asumsi Klasik 50

3.7 Analisis Regresi Berganda 52

3.8 Uji Hipotesis 54

BAB VI GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Kota Payakumbuh 57

4.2 Pemerintahan Kota Payakumbuh 57

4.3 Kondisi Geografis dan Kependudukan Kota Payakumbuh 59

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian 61

5.2 Deskripsi Variabel Penelitian 63

5.3 Pembahasan 74

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 86

6.2 Saran 87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI