

SKRIPSI

**PENGARUH MINAT DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DETERGEN SMART
PASA MASYARAKAT DESA MERANTI KECAMATAN
PANGKALAN KURAS**



OLEH

SITI NURHIDAYATI
NIM: 11071202020

PROGRAM SI
JURUSAN MANAJEMEN

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

SKRIPSI

**PENGARUH MINAT DAN PERSEPSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DETERGEN SMART
PADA MASYARAKAT DESA MERANTI KECAMATAN
PANGKALAN KURAS**

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

SITI NURHIDAYATI
NIM: 11071202020

PROGRAM SI
JURUSAN MANAJEMEN

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

2014

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : SITI NURHIDAYATI
NIM : 11071202020
JURUSAN : MANAJEMEN S1
SEMESTER : (V111) DELAPAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : PENGARUH MINAT DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DETERGEN SMART PADA MASYARAT
DESA MERANTI KECAMATAN PANGKALAN KURAS

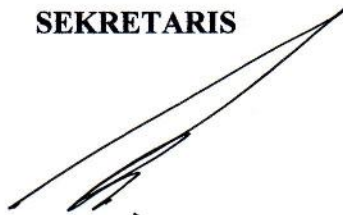
PANITIA PENGUJI

KETUA



Drs. ALMASRI M.Si
NIP: 19670801 200501 1 007

SEKRETARIS



MASTEVEN ROMUS, SE, AK
NIK. 130 712 076

MENGETAHUI

PENGUJI I



M. RACHMADI, SE, MM
NIK. 130 410 018

PENGUJI II



MERI SANDORA, SE, MM
NIP: 19790505 200710 2 001

ABSTRAK

PENGARUH MINAT DAN PERSEPSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DETERGEN SMART PADA MASYARAKAT DESA MERANTI KECAMATAN PANGKALAN KURAS

Oleh : Siti Nurhidayati

Penelitian ini dilakukan di Desa Meranti Kecamatan Pangkalan Kuras Kabupaten Pelalawan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Minat dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian detergen Smart pada masyarakat Desa Meranti. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna detergen Smart periode 2011-2013 yang berjumlah 1.398. Penarikan sampel menggunakan metode accidental sampling yang berjumlah 93 responden. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu Minat dan Persepsi 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 :

$$Y=10,457+0,22X_1+0,504X_2+e$$

Dimana variabel minat (X_1) dan persepsi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh hasil sebagai berikut : bahwa secara simultan variabel minat dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dilihat dari uji F , yang mana nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($f_{hitung} 16,793 > f_{tabel} 3,098$). Selanjutnya yaitu secara parsial variabel persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian , hal ini terlihat dari uji t , yang mana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,780 > 1,986$). Sedangkan untuk variabel minat, secara parsial tidak berpengaruh, hal ini dapat dilihat dari hasil uji yang menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,268 < 1,986$). Angka Adjusted R square diperoleh sebesar 0,256 menunjukkan bahwa 25,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen dalam persamaan regresi, sedangkan sisanya sebesar 74,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

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

Kata kunci : Minat, Persepsi 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 Minat Dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Detergen Smart Pada Masyarakat Desa Meranti Kecamatan Pangkalan Kuras”*** 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. MM, Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi.

4. Bapak Riki Hanri Malau, SE. MM, Selaku Dosen Konsultasi Proposal yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan proposal skripsi.
5. Ibu Rimet, SE. MM. Ak, 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.
6. Seruruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Kedua orang tua yang tercinta, Ayahanda Nurcholis dan Ibunda Siti Mukhlisoh yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
8. Kakak - kakakku Jamil Shoim, Fahrudin, Abdul Qodim, Siti Mutammimah dan Viki Nurrohmah yang juga 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 Meranti Bapak Karlan yang telah berkenan memberikan saya izin untuk melakukan penelitian di Desa Meranti.

10. Sahabatku Rudi Irawan, Ratna sari, Afrinda Mayang sari dan Siti Mulyani yang 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 kuisisioner.
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, Mei 2014
Penulis

SITI NURHIDAYATI

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR | ii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4 Sistematika Penulisan | 6 |
| BAB II PEMBAHASAN | |
| 2.1 Pemasaran | 8 |
| 2.2 Strategi Pemasaran | 9 |
| 2.3 Keputusan Pembelian | 11 |
| 2.4 Perilaku Konsumen | 15 |
| 2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumen | 15 |
| 2.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen | 16 |
| 2.5 Persepsi | 19 |
| 2.5.1 Proses Perseptual | 20 |
| 2.5.2 Karakteristik Stimulus Yang Mempengaruhi Persepsi . | 22 |
| 2.5.2.1 Sensory | 22 |
| 2.5.2.2 Faktor-Faktor Struktural | 22 |
| 2.6 Minat | 24 |
| 2.7 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat | 25 |
| 2.8 Penjualan Dalam Pandangan Islam | 27 |
| 2.9 Penelitian Terdahulu | 30 |
| 2.10 Hipotesis | 31 |

| | |
|--|----|
| 2.11 Variabel Penelitian | 31 |
| 2.12 Definisi Operasional Variabel | 32 |
| 2.13 Kerangka Pemikiran | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | |
| 3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian | 33 |
| 3.2 Jenis Dan Sumber Data | 33 |
| 3.3 Teknik Pengumpulan Data | 33 |
| 3.4 Populasi Dan Sampel | 34 |
| 3.5 Uji Kualitas Data | 36 |
| 3.6 Uji Analisis Data | 37 |
| 3.7 Uji Asumsi Klasik | 38 |
| 3.8 Uji Hipotesis | 41 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN | |
| 4.1 Sejarah Desa Meranti | 43 |
| 4.2 Struktur Organisasi | 44 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| 5.1 Gambaran Umum Responden | 47 |
| 5.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur | 47 |
| 5.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| 5.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan | 48 |
| 5.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan | 49 |
| 5.2 Deskripsi Variabel Responden | 50 |
| 5.2.1 Variabel Responden Minat (X_1) | 50 |
| 5.2.2 Variabel Responden Persepsi (X_2) | 51 |
| 5.2.3 Variabel Responden Keputusan Pembelian (Y) | 52 |
| 5.3 Uji Kualitas Data | 54 |
| 5.3.1 Uji Validitas | 54 |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas | 55 |
| 5.3.3 Uji Normalitas Data | 56 |

| | |
|--|----|
| 5.4 Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 5.4.1 Uji Multikolinieritas | 57 |
| 5.4.2 Uji Autokorelasi | 57 |
| 5.4.3 Uji Heterokedastisitas | 58 |
| 5.5 Analisis Regresi Linier Berganda | 59 |
| 5.6 Pengujian Hipotesis | 61 |
| 5.6.1 Uji T (Uji Secara Parsial) | 61 |
| 5.6.2 Uji F (Uji Secara Simultan) | 62 |
| 5.6.3 Koefisien Determinasi | 63 |

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|----------------------|----|
| 6.1 Kesimpulan | 65 |
| 6.2 Saran | 66 |

DAFTAR PUSTAKA