

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE JOGJA PAK KARSO
DI PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Skripsi dan Oral
Komprehensif Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri
Riau Pekanbaru

OLEH

**TIA LASTIA
NIM : 11071203984**



**PROGRAM S.1
JURUSAN MANAJEMEN**

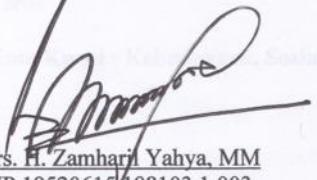
**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : TIA LASTIA
NIM : 11071203984
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE JOGJA PAK
KARSO DI PEKANBARU
HARI/TGL UJIAN : RABU, 28 MEI 2014

PANITIA PENGUJI

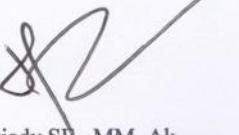
KETUA


Drs. H. Zamhari Yahya, MM
NIP.19520615198103 1 003

SEKRETARIS


Marwiyah
NIP.19810719 200901 2 009

PENGUJI I


Mulia Sosiady SR, MM, Ak
NIP. 19761217 200901 1014

PENGUJI II


Irieni Violinda Anggriani SE., M.Si
NIP.19751106 200710 2 003

ABSTRAK

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIE JOGJA PAK KARSO DI PEKANBARU

OLEH

**TIA LASTIA
11071203984**

Penelitian ini dilaksanakan di Mie Jogja Pak Karso yang terletak di JL. Cempedak Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan 4 variabel independen yaitu Kebudayaan (X_1), Sosial (X_2), Pribadi (X_3) dan Psikologis (X_4) dan Keputusan Pembelian (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Dan Psikologi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Jogja Pak Karso dan untuk mengetahui variabel mana yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Jogja Pak Karso. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada Mie Jogja Pak Karso. Jumlah sampel pada penelitian ini 100 orang, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik Accidental Sampling.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor Kebudayaan, Sosial, Pribadi Dan Psikologis secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Jogja Pak Karso dan variabel Sosial mempunyai pengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Jogja Pak Karso.

Kata Kunci : Kebudayaan, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum, wr. wb.

Alhamdulillahirabbilalamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, berkah, dan karunia-Nya beserta kasih sayang kepada kita semua, khususnya kepada penulis sehingga bisa 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 “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mie Jogja Pak Karso di Pekanbaru” 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 **Aiptu Zukrial**, dan ibunda tercinta **Latipah**. Terima kasih atas segala cinta,

kasih sayang, do'a, dan inspirasi serta dukungan maupun material, spiritual, moral, yang tak akan dapat ananda balas, yang selama ini tercurah kepada ananda sehingga ananda masih tetap semangat mengembangkan amanat yang diberikan untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Ananda selalu berdoa kepada Allah SWT agar Ayahanda dan Ibunda senantiasa diberi kesehatan dan umur panjang serta selalu dalam lindungan Allah SWT.

2. Kepada yang teristimewa di hati Unggul Akbar. Terima kasih untuk kasih sayang, dukungan, semangat, waktu, do'a, Perhatian dan inspirasi yang selama ini diberikan sehingga adinda masih tetap semangat dan mampu melewati masa-masa sulit dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah senantiasa Mengijabah do'a kita.
3. Kepada abangku Muhammad Herizal, dan adik Muhammad Ryaihan Fajri dan keluarga didaerah-daerah 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.
4. Ibu Irien Violinda Anggriani, SE, M.Si selaku Dosen pembimbing yang sudah banyak memberikan bimbingan dan didikannya bantuan dan masukan serta arahan selama penulis menyusun skripsi ini dengan sempurna.
5. Bapak M.Rachmadi SE, MM selaku dosen konsultasi yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal

6. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP,M,Ec selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
7. Bapak Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau.
8. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri SUSKA Riau..
9. Bapak Muhammad Rachmadi SE, MM, selaku penasehat akademis yang telah memberikan motovasi dan bimbingan serta suportnya, arahan selama perkuliahan penulis.
10. 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.
11. Buat Pimpinan beserta Karyawan Mie Jogja Pak Karso di Pekanbaru yang telah membantu penulis memperoleh data yang sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi yaitu, Koni'ah, fitrinsyah, Sutika Endang Dwi Puji Astuti, Rani Astuti dan semua anak-anak Manajemen Reguler Khusus yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan, motivasi, saran, bantuan serta do'a dalam penyusunan skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga semua bantuan, dukungan dan do'a yang telah diberikan menjadi amal baik serta mendapat ridho dan balasan dari Allah SWT.

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, 12 Mei 2014

Penulis

**TIA LASTIA
11071203984**

DAFTAR ISI

ABSTRAKS	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian Manfaat Penelitian.....	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran	9
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi perilaku Konsumen	12
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	18
2.1.5 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	19

2.2	Pandangan Islam	22
2.3	Penelitian Terdahulu	24
2.4	Kerangka Berfikir	25
2.5	Variabel Penelitian Definisi Operasional	27
2.6	Hipotesis	29
BAB III	METODELOGI PENELITIAN.....	31
3.1	Lokasi dan Waktu penelitian	31
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.4	Skala Pengukuran	32
3.5	Populasi dan Sample.....	33
3.5.1	Populasi.....	33
3.5.2	Sampel.....	33
3.6	Teknik Analisis Data	34
3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reliabilitas	35
3.6.3	Uji Normalitas.....	36
3.7	UJI Asumsi Klasik	36
3.8.1	Multikolonieritas	36
3.8.2	Heteroskedastisitas.....	36
3.8.3	Autokorelasi.....	37

3.8	Analisis Regresi Linear Berganda	37
3.9	UJI Determinasi (R^2).....	38
3.10	Uji Hipotesis	38
3.10.1	Uji Anova F (Secara simultan)	38
3.9.2	Uji Parsial T (Secara Parsial).....	39
BAB IV	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	40
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	40
4.2	Struktur Organisasi	41
4.3	Aktivitas Perusahaan	45
BAB V	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
5.1	Deskripsi Karakteristik Responden	47
5.1.1	Jenis Kelamin Responden	47
5.1.2	Umur Responden	48
5.1.3	Pekerjaan Responden	48
5.1.4	Pengeluaran Responden	49
5.2	Deskripsi variable Penelitian	49
5.2.1	Variabel Kebudayaan	49
5.2.2	Variabel Sosial	50
5.2.3	Variabel Pribadi	52
5.2.4	Variabel Psikologis	53
5.2.5	Variabel Keputusan pembelian	54

5.3	Uji Validitas.....	56
5.4	Uji Reabilitas	57
5.5	Uji Normalitas	57
5.6	Uji Asumsi Klasik.....	58
5.6.1	Uji Multikolinearitas.....	58
5.6.2	Uji Heteroskedastisitas.....	59
5.6.3	Uji Autokorelasi.....	60
5.7	Regresi Linear Berganda	61
5.8	Uji Determinasi.....	62
5.9	Uji Hipotesis	63
5.9.1	Pengujian Hipotesis Uji F (Secara Simultan)	63
5.9.2	Pengujian Hipotesis Uji T (secara parsial).....	64
5.10	Pembahasan	65
BAB VI	PENUTUP	69
6.1	Kesimpulan	69
6.2	Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI