

**ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE
(Studi Kasus pada Dievo *Cake* Desa Langon Tahunan Jepara)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Disusun Oleh:

**APRILIA DEVI KRISNAMURTI ROSIDHAYANTI
131110000852**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NAHDLATUL ULAMA
JEPARA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE
(Studi Kasus pada Dievo *Cake* Desa Langon Tahunan Jepara)**

Skripsi ini telah disetujui pembimbing dan siap untuk dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi program S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara

Nama : Aprilia Devi Krisnamurti Rosidhayanti
NIM : 131110000852
Program Studi : Manajemen

Disetujui Oleh Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II

Noor Arifin, S.E., M.Si.
NIY. 1 680817 08 055

Eko Nur Fuad, S.E., M.M.
NIY. 1 750322 07 046

Tgl

Tgl

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE
(Studi Kasus pada Dievo *Cake* Desa Langon Tahunan Jepara)**

Nama Penyusun : Aprilia Devi Krisnamurti Rosidhayanti
NIM : 131110000852
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan penguji
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.
Pada hari tanggal

Penguji I

Penguji II

.....

.....

Mengesahkan

Ketua
Program Studi Manajemen

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

- *Jika sore tiba, janganlah tunggu waktu pagi, jika waktu pagi, tiba janganlah tunggu waktu sore. Manfaatkan masa sehatmu sebelum mas sakitmu dan manfaatkan masa hidupmu sebelum tiba ajalmu.*

(Ibnu Umar, Putra Umar bin Khattab)

- *Jangan pernah berhenti untuk belajar, karena setiap ilmu yang engkau dapatkan tidak akan sia-sia.*

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- *Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan doa serta dukungannya*
- *Kedua Adik dan seluruh keluargaku tersayang*
- *Sahabat dan teman-temanku*

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana dari Program S-1 jurusan Manajemen seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar Strata 1 (S-1) dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nahdlatul Ulama Jepara maupun dari perguruan tinggi lain.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Dengan ini menyatakan sebagai berikut :

1. Skripsi berjudul : **ANALISIS FAKTOR PSIKOLOGIS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KUE (Studi Kasus Pada Dievo Cake Desa Langon Tahunan Jepara)**
2. Saya juga mengakui bahwa hasil karya akhir ini, dapat diselesaikan berkat bimbingan dan dukungan penuh dari pembimbing saya yaitu :
 - a. Noor Arifin, S.E., M.Si.
 - b. Eko Nur Fuad, S.E., M.M.

Apabila di kemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima **PENCABUTAN GELAR AKADEMIK** yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai peraturan perundangan yang berlaku.

Jepara,

Aprilia Devi Krisnamurti R
131110000852

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan di dunia bisnis yang semakin pesat dan ketat serta semakin banyaknya produsen yang bergerak di bidang yang sama sehingga membuat konsumen sulit menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor dari dalam diri sendiri, maupun faktor dari luar diri sendiri atau lingkungannya. Faktor psikologis konsumen merupakan faktor yang sering muncul dari dalam perilaku pembelian konsumen yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap yang masing-masing berbeda pada setiap konsumen. Ditengah persaingan bisnis pengolahan makanan terutama kue, *Dievo Cake* optimis mampu bersaing mendapatkan perhatian konsumen melalui kekuatan rasa serta inovasi produk yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel motivasi (X_1), persepsi (X_2), pembelajaran (X_3), keyakinan dan sikap (X_4) berpengaruh positif baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian kue pada *Dievo Cake*. Metode yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 97 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi berganda, pengujian asumsi klasik, pengujian hipotesis (Uji-t dan Uji-F), dan koefisien determinasi.

Hasil analisis regresi berganda didapat persamaan $Y = 0,166X_1 + 0,190X_2 + 0,196X_3 + 0,430X_4$, artinya motivasi (X_1), persepsi (X_2), pembelajaran (X_3), keyakinan dan sikap (X_4) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian kue pada *Dievo Cake*. Pengujian hipotesis menggunakan Uji-t menunjukkan bahwa secara parsial keempat variabel bebas yang diteliti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Kemudian melalui pengujian hipotesis menggunakan uji-F menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh positif antara variabel motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} (27,643) > F_{tabel} (2,47)$ dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa keempat variabel bebas mempunyai kontribusi terhadap variabel terikat sebesar 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diterangkan dalam penelitian ini.

Kata kunci : motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap, keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Analisis Faktor Psikologis Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kue (Studi Kasus pada *Dievo Cake* Desa Langon Tahunan Jepara)”

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna melengkapi syarat ujian akhir dan persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara.

Selama penyusunan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan, dorongan serta bimbingan dari segala pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Sa’dullah Assaidi, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
2. Bapak Much. Imron, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara.
3. Bapak Noor Arifin, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa sabar memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Eko Nur Fuad, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing saya dalam setiap kesempatan.

5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Nahdlatul Ulama (UNISNU) Jepara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan.
6. Ibu Dwi Eka selaku pemilik *Dievo Cake* yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan penelitian di *Dievo Cake*.
7. Bapak dan Ibu serta kedua Adik saya M. Raja Aryanto dan Umar Abimanyu Aryanto yang selalu memberikan doa serta dukungan.
8. Sahabat-sahabat saya Erni Rahmawati, Anis Fitriana, Rizka Lutfiana, Noor Isnaini Nafik, dan Umi Fadhilah yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan serta membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Jepara,

Penulis,

Aprilia Devi Krisnamurti R

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1.Pengertian Pemasaran	10
2.1.2.Perilaku Konsumen	11
2.1.3.Faktor- faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12

2.1.4.Peran Konsumen dalam Membeli	19
2.1.5.Keputusan Pembelian.....	20
2.1.6.Proses Keputusan Pembelian	21
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
2.3. Kerangka Pemikiran Teoritis	26
2.4. Perumusan Hipotesis.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	28
3.1.1.Variabel Penelitian.....	28
3.1.2.Definisi Operasional Variabel.....	28
3.2. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.3. Populasi dan Sampel	31
3.3.1.Populasi.....	31
3.3.2.Sampel.....	31
3.3.3.Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4. Metode Pengumpulan Data	33
3.4.1.Wawancara.....	33
3.4.2. Studi Pustaka.....	33
3.4.3.Kuesioner	34
3.5. Metode Pengolahan Data	34
3.5.1.Pengeditan (<i>editing</i>)	34
3.5.2.Pemberian skor (<i>scoring</i>)	34
3.5.3.Tabulasi (<i>tabuling</i>)	35

3.6. Metode Analisis Data.....	35
3.6.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.6.2. Uji Asumsi Klasik	37
3.6.3. Analisis Regresi Berganda	40
3.6.4. Uji Hipotesis	40
BAB IV_HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.2. Deskripsi Responden.....	45
4.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
4.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
4.2.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
4.2.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
4.2.5. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.3. Deskripsi Variabel.....	49
4.3.1. Deskripsi Variabel Motivasi	50
4.3.2. Deskripsi Variabel Persepsi	52
4.3.3. Deskripsi Variabel Pembelajaran.....	54
4.3.4. Deskripsi Variabel Keyakinan dan Sikap	56
4.3.5. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	58
4.4. Analisis Data	60
4.4.1. Uji Validitas	60
4.4.2. Uji Reliabilitas	61
4.4.3. Uji Normalitas	62

4.4.4. Uji Multikolinieritas.....	63
4.4.5. Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.4.6. Analisis Regresi Berganda	66
4.4.7. Uji Parsial (Uji-t)	68
4.4.8. Uji Simultan (Uji-F).....	70
4.4.9. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	72
4.5. Pembahasan.....	73
4.5.1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	73
4.5.2. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian	74
4.5.3. Pengaruh Pembelajaran Terhadap Keputusan Pembelian.....	75
4.5.4. Pengaruh Keyakinan dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian ...	76
4.5.5. Pengaruh Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, Keyakinan dan Sikap Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
4.5.6. Variabel Berpengaruh Paling Dominan Terhadap Keputusan Pembelian.....	77
BAB V PENUTUP.....	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Kue pada Dievo <i>Cake</i> Selama Tahun 2015	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	47
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	49
Tabel 4.6 Hasil Output Indikator Dorongan Kebutuhan akan Memiliki Produk..	50
Tabel 4.7 Hasil Output Indikator Dorongan Kebutuhan Mengonsumsi Produk.	51
Tabel 4.8 Hasil Output Indikator Dorongan Fasilitas	51
Tabel 4.9 Hasil Output Indikator Pemahaman Terhadap Kebersihan Produk.....	52
Tabel 4.10 Hasil Output Indikator Pemahaman Terhadap Rasa Produk	53
Tabel 4.11 Hasil Output Indikator Pemahaman Terhadap Keistimewaan Produk	53
Tabel 4.12 Hasil Output Indikator Informasi dari Pengalaman Teman	54
Tabel 4.13 Hasil Output Indikator Pengalaman Diri Sendiri.....	55
Tabel 4.14 Hasil Output Indikator Informasi dari Penjual.....	55
Tabel 4.15 Hasil Output Indikator Kepercayaan Terhadap Produk.....	56
Tabel 4.16 Hasil Output Indikator Perasaan dan Sikap Terhadap Produk.....	57
Tabel 4.17 Hasil Output Indikator Penilaian Fasilitas Produk.....	57
Tabel 4.18 Hasil Output Indikator Kemantapan untuk Membeli Produk	58
Tabel 4.19 Hasil Output Indikator Merekomendasikan kepada Orang Lain	59
Tabel 4.20 Hasil Output Indikator Melakukan Pembelian Ulang.....	59

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas.....	60
Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.24 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	66
Tabel 4.25 Pengujian Parsial (Uji-t).....	69
Tabel 4.26 Pengujian Simultan (Uji-F).....	71
Tabel 4.27 Nilai Koefisien Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	26
Gambar 3.1 Grafik Uji-t.....	42
Gambar 3.2 Grafik Uji-F.....	43
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	63
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner
Lampiran II	Data Jawaban Kuesioner
Lampiran III	Jawaban Responden
Lampiran IV	Deskripsi Responden
Lampiran V	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
Lampiran VI	Analisis Regresi Berganda dan Uji Asumsi Klasik
Lampiran VII	Pengujian Hipotesis dan Nilai Koefisien Determinasi