

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
MEREK INDOMIE**

(Survei Pada Asrama Mahasiswa Sumatera Barat Merapi Singgalang dan Bundo
Kandung di Yogyakarta)

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”
Yogyakarta



Disusun oleh :

Nico Yama

No Mhs : 141060355 / EM

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
YOGYAKARTA
2012

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK INDOMIE**
(Survei Pada Asrama Mahasiswa Sumatera Barat Merapi Singgalang dan Bundo Kandung di
Yogyakarta)

Disusun oleh :

Nico Yama

No Mhs : 141060355 / EM

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 24 Februari 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Susunan Dewan Penguji

**Ketua Penguji/
Pembimbing Utama I**

Dr. Haddy Suprpto.,MS.

**Penguji/
Pembimbing Utama II**

Nilmawati, SE. MSi.



Penguji

Dr. M. Irhas Effendi. MSi.

Penguji

Drs. Agung Satmoko. ME

**Mengetahui
UPN "Veteran" Yogyakarta
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen
Ketua**

Dr. Heru Tri Sutiono, M.Si

NIP. 19640105 199003 1 004

*Karya ilmiah ini kupersembahkan kepada:
Ayahanda H. Yas ST. Tumbijo dan Ibunda Suharmayati
Yang selalu memberikan cinta dan kasih.*

MOTO

Tentukanlah takdirmu sendiri bila tidak orang lain yang menentukan
takdirmu

(No Name)

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. WB

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga dapat terselesaikannya penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie (Pada Asrama Mahasiswa Sumatera Barat Merapi Singgalang dan Bundo Kandung di Yogyakarta)”.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Yogyakarta.

Dalam kesempatan ini diucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penyelesaian Skripsi ini dari awal hingga akhir, khususnya kepada:

1. Bapak **Dr. Haddy Suprpto.,MS.**, selaku pembimbing pertama yang senantiasa bersabar dalam membimbing dan mengarahkan sehingga diselesaikannya skripsi ini.
2. **Nilmawati, SE. MSi.** selaku dosen pembimbing kedua yang senantiasa bersabar dalam membimbing dan mengarahkan sehingga diselesaikannya skripsi ini.

3. **Dr. M. Irhas Effendi. MSi.**, selaku dosen penguji yang memberikan kritik dan sarannya yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
4. **Drs. Agung Satmoko. ME**, selaku dosen penguji yang memberikan kritik dan sarannya yang sangat membantu dalam penyempurnaan skripsi ini.
5. Pengurus Asrama Mahasiswa Merapi Singgalang dan Bundo Kandung Yogyakarta periode 2010-2011 yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian Skripsi ini sehingga dapat diselesaikan.

Demikianlah Skripsi ini disusun dan semoga apa yang sajikan dapat berguna dan bermanfaat bagi para pembaca untuk menambah bekal ilmu pengetahuan. Amin.
Wassalamu' alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, April 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN BERITA ACARA.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTO.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengertian Perilaku Konsumen	8
2. Produk dan Klasifikasi Produk Konsumen.....	9
3. Faktor-Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ...	12
4. Hubungan Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian dengan Keputusan Pembelian.....	23
5. Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian	34
6. Peran Konsumen Dalam Pembelian	36
7. Proses Keputusan Membeli Konsumen.....	37
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	40
C. Kerangka pemikiran.....	43
D. Hipotesis.....	45
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis penelitian.....	46
B. Populasi.....	46
C. Deskripsi Data.....	47
1. Jenis dan Sumber Data	47
2. Pengukuran data	49
D. Teknik pengumpulan data.....	48

E. Variabel Penelitian	49
1. Variabel Independen	49
2. Variabel Dependen.....	50
F. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
1. Uji Validitas	51
2. Reliabilitas	54
G. Teknik Analisis Data.....	56
1. Metode Analisis Data.....	56
2. Uji F (Uji Serempak)	57
3. Uji T (Uji Parsial)	58
4. Koefisien Beta (β)	59
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif	62
1. Jenis Kelamin.....	62
2. Umur	63
3. Uang Saku.....	63
B. Analisis Deskripsi Variabel	65
C. Analisis Kuantitatif	70
1. Analisis Regresi Berganda.....	70
D. Pengujian Hipotesis.....	73
1. Pengujian Pengaruh Secara Serempak.....	73
2. R^2 (Koefisien Determinasi)	74
3. Pengujian Secara Parsial	75
4. Variabel Dominan	77
E. Pembahasan.....	78
1. Hasil Penelitian dan Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	78
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	80
B. Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

TABEL		Halaman
2.1.	Klasifikasi Produk Konsumen	9
2.2.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen ..	12
2.3.	Hirarki Kebutuhan Maslow	20
2.4.	Perubahan Beberapa Nilai	24
2.5.	Bidang Psikologis	31
1.1.	Populasi	47
1.2.	Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner	54
1.3.	Hasil Pengujian Reliabilitas	55
4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	63
4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku	64
4.4	Penilaian Responden Terhadap Variabel Kebudayaan	65
4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Sosial	66
4.6	Penilaian Responden Terhadap Variabel pribadi	67
4.7	Penilaian Responden Terhadap Variabel Psikologis	68
4.8	Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian Produk ...	69
4.9	Hasil Regresi Linier Berganda Metode OLS	70
4.10	Anova Hasil Analisis Data	74
4.11	Variabel Dominan	77

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	3
2.6 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	43

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIE INSTAN
MEREK INDOMIE (PADA ASRAMA MAHASISWA SUMATERA BARAT
MERAPI SINGGALANG DAN BUNDO KANDUANG DI YOGYAKARTA)

ABSTRAKSI

Penelitian ini tentang analisis : pengaruh variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian mie instan merek Indomie dan untuk mengetahui diantara variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian mie Instan merek Indomie. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis secara serempak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk mie Instan merek Indomie. Variabel Psikologis berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian produk mie Instan merek Indomie. Alat analisis yang digunakan untuk menjawab Hipotesis pertama adalah Analisis Regresi, Uji F (Uji Serempak), dan Uji T (Parsial). Sedangkan untuk menguji Hipotesis kedua digunakan alat analisis Koefisien Beta (β). Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil bahwa keempat variable perilaku konsumen (Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis) pada Asrama Mahasiswa Merapi Singgalang dan Bundo Kandung Yogyakarta secara simultan ternyata berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mie instant merek Indomie. Dari hasil analisis Koefisien Beta (β), diketahui bahwa variable Psikologis mempunyai pengaruh dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk Mie Instan merek Indomie.

Kata kunci : Variabel Kebudayaan, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian