



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM INK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2013
Universitas Muhammadiyah Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi**

**Oleh :
FIJAY BAHRUDIN**

NIM.13.10.411.112

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2017

PERNYATAAN

Saya yang bertanggung jawab di bawah ini :

NAMA : Fijay Bahrudin

NIM : 1310411112

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM INK; adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 07 Juli 2017

Yang menyatakan,



Fijay Bahrudin

NIM. 13.10411.112

PERSETUJUAN SKRIPSI



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM INK

(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2013
Universitas Muhammadiyah Jember)

Oleh:

Fijay Bahrudin
NIM : 13.1411.112

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Feti Fatimah, SE, MM

Dosen Pembimbing Pendamping : Dra. Wenny M, M, SI

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm INK*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 24 Juli 2017


Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Bayu Wijayantini, SE. MM


NPK. 10 09 661

Anggota 1,


Feti Fatimah, SE. MM

NPK. 07 09 622


Anggota 2,


Dra. Wenny, M. Si

NPK. 84 07 039

Mengesahkan

Dekan,


Dr. Arik Susbiyani, SE, MSi

NPK. 01 09 289



Ketua Jurusan


Drs. Anwar. M.Sc

NPK. 85 03 125

MOTTO

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan”

(Al-Mujadillah:11)

“Hai orang-orang yang beriman apabila kamu dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majlis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan Meninggikan orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

(Al-Mujadillah;58:11)

PERSEMBAHAN

Sebagai wujud terima kasih yang tidak terhingga, atas terselesainya skripsi ini dengan tulus ikhlas penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepadaku.
2. Rasulullah SAW
3. Untuk kedua orang tua saya terima kasih sebanyak-banyaknya telah memberi dukungan, kesabaran, pengorbanan serta doa yang tulus selama ini.
4. Terima kasih juga untuk teman dan sahabat yang selama ini memberi dukungan dan motivasi.
5. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember yang kubanggakan.

ABSTRAK

Tingginya perkembangan dunia modernisasi dan Globalisasi saat ini adalah suatu kebutuhan akan keamanan berkendara sangatlah penting bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variable yang meliputi kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian helm INK. Dalam penelitian data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara, dan kuesioner terhadap 77 responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember dengan teknik *purposive sampling* yang bertujuan pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu. Pada penelitian ini analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas) dan uji hipotesis (uji t, dan koefisien determinasi). Dari hasil menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variable kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), semua berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian helm INK.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The high development of the world of modernization and globalization today is a need for safety driving is very important for the community. This study aims to determine the effect of three variables that include product quality (X1), price (X2), brand image (X3) on the purchase decision of INK helmet. In the research data was collected by means of observation, interview, and questionnaires to 77 respondents ie students of Faculty of Economics Management Program class of 2013 Muhammadiyah University of Jember with purposive sampling technique aimed at sampling based on the consideration of certain criteria and conditions. In this research, the analysis used is instrument data test (validity test, reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroskedastity test) and hypothesis test (t test, and coefficient of determination). From the result of using regression it can be seen that product quality (X1), price (X2), brand image (X3), all positive effect to the purchasing of INK helmet.

Keywords: *Product Quality, Price, Brand Image and Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, kami panjatkan puja dan puji syukur tas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Helm INK (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember)”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunannya, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Arik Susbiyani, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
2. Drs. Anwar. M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberi ijin penelitian kepada penulis.
3. Feti Fatimah, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing I dan Dra. Wenny, M,Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan, dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
4. Bayu Wijyantini, SE,MM selaku Dosen Penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
5. Seluruh Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kelancaran dan kebahagiaan dalam menuntut pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun banyak kekurangannya dalam penyajiannya. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat lebih baik lagi. Akhir kata dari penulis, berharap agar skripsi ini bermanfaat bagi semua pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Konsep Pemasaran	7
2.1.3 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	7
2.1.4 Kualitas Produk	8
2.1.5 Harga	9
2.1.6 Citra Merek	11
2.1.7 Keputusan Pembelian	12
2.1.7.1 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	14
2.1.8 Tahapan Proses Keputusan Pembelian	16

2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	19
2.3 Hipotesis Penelitian	20
2.3.1 Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian	20
2.3.2 Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian	21
2.3.3 Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian	21
BAB 3 METODE PENELITIAN	23
3.1 Identifikasi Variabel	23
3.2 Definisi Operasional Variabel	23
3.2.1 Variabel Bebas (<i>independent variable</i>)	23
3.2.2 Variabel Terikat (<i>dependent Variable</i>)	24
3.3 Populasi dan Sampel	25
3.3.1 Populasi	25
3.3.2 Sampel	25
3.4 Jenis dan Sumber Data	27
3.4.1 Jenis Data	27
3.4.2 Sumber Data	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	27
3.5.1 Teknik Pengolahan Data	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Analisis Deskriptif Statistik Responden	30
3.6.2 Uji Instrumen Data	30
3.6.2.1 Uji Validitas	30
3.6.2.2 Uji Reliabilitas	31
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.6.4 Uji Asumsi Klasik	32
3.6.2.1 Uji Normalitas	32
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	32
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.6.5 Pengujian Hipotesis Penelitian	33
3.6.3.1 Uji t	33

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	34
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	36
4.1.1 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember	36
4.1.2 Program Studi Manajemen	37
4.1.2.1 Visi, Misi dan Tujuan Program Studi Manajemen	38
4.1.3 Organisasi Fakultas Ekonomi	39
4.1.3.1 Organisasi dan Tata Laksana	39
4.1.3.2 Tugas Pokok Masing-Masing Bagian	39
4.2 Populasi dan Sampel	45
4.2.2 Identitas Responden	45
4.3 Hasil Analisa Data	46
4.3.1 Analisis Deskriptif Pernyataan Responden	46
4.3.2 Pengujian Instrumen Data	51
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda	52
4.3.4 Uji Asumsi Klasik	53
4.3.5 Uji Hipotesis	56
4.3.6 Koefisien Determinasi	58
4.4 Pembahasan	58
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 : Top Brand Index Helm 2012-2016	3
Tabel 2.1 : Ringkasan Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 : Nilai Skala Likert	29
Tabel 4.1 : Jumlah Populasi	45
Tabel 4.2 : Responden Menurut Jenis Kelamin dan Umur	45
Tabel 4.3 : Frekuensi Indikator Responden	46
Tabel 4.4 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Harga	47
Tabel 4.5 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Citra Merek	48
Tabel 4.6 : Frekuensi Indikator Responden Terhadap Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.9 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	53
Tabel 4.10 : Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.11 : Hasil Uji t	57
Tabel 4.12 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian	16
Gambar 2.2 : Kerangka Konsep Penelitian	19
Gambar 4.1 : Struktur Fakultas Ekonomi	44
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas	54
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Rekapitulasi Kuesioner
- Lampiran 3 : Rekapitulasi Identitas Responden
- Lampiran 4 : Frekuensi Pernyataan Responden
- Lampiran 5 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 6 : Hasil Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis
- Lampiran 7 : Ringkasan Penelitian Terdahulu
- Lampiran 8 : Dokumentasi
- Lampiran 9 : Surat Ijin Penelitian