

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU MEREK CHIL-MIL  
DI KOTA SURAKARTA**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Disusun Oleh :**

**BILIK SAVITRI  
NIM. B 100 0 70 121**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2012**

## HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

“PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUSU MEREK CHIL-MIL DI KOTA SURAKARTA”

Yang ditulis oleh :

**BILIK SAVITRI**  
**NIM. B 100 0 70 121**

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima :

Surakarta, 2012

Pembimbing

**(Drs. Agus Muqorobin, MM)**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

**(Dr. Triyono, M.Si)**

## **MOTTO**

*Untuk memahami hati dan pikiran seseorang, Jangan melihat apa yang telah di raih. Lihatlah apa yang dia lakukan untuk menggapai cita – citanya.  
( Kahlil Gibran )*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari sesuatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain dan hanya kepada Allah-lah kamu berharap.  
(Q.S Al Nasyr 6-8)*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ✍ *Kepada Allah SWT atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga aku bisa menyelesaikan skripsi ini.*
- ✍ *Untuk Mami dan Babehku tercinta terima kasih atas dukungan dan semangatnya yang selama ini diberikan*
- ✍ *Untuk Anakku "Keysha Gravilla", tersayang karena dia merupakan motivasi terbesarku untuk menyelesaikan skripsi ini.*
- ✍ *Untuk Suamiku tercinta, terima kasih atas dukungan dan semangat yang tidak henti hentinya di berikan kepadaku.*
- ✍ *Untuk kakak dan adikku tersayang, terima kasih atas supportnya*
- ✍ *Untuk teman dan sahabat sahabatku, thank U for all my friends*
- ✍ *Untuk semua pihak yang telah membantuku dalam menyelesaikan skripsi ini.*

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah : Untuk menganalisis pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, usia dan pendidikan konsumen terhadap keputusan pembelian susu merek Chil-Mil di kota Surakarta dan Untuk menganalisis variabel independen manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu merek Chil-Mil di kota Surakarta.

Hipotesis ini adalah Diduga ada pengaruh antara tingkat pendapatan keluarga, tingkat harga, usia dan pendidikan konsumen terhadap keputusan pembelian susu merek Chil-Mil dan Diduga tingkat pendapatan keluarga yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu merek Chil-Mil

Berdasarkan hasil uji t diperoleh Tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel Usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan variabel pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,513 > 2,76$ ), maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang significant antara tingkat pendapatan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), usia ( $X_3$ ) dan pendidikan ( $X_4$ ) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) atau karena  $F_{sig}$  ( $0,000$ ) lebih kecil dari dari  $0,05$  (?) maka tingkat pendapatan ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), usia ( $X_3$ ) dan pendidikan ( $X_4$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Hipotesis yang merupakan jawaban sementara telah terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen dan Pengambilan Keputusan Pembelian.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah hirobilalamin, puji syukur penulis panjatkan atas limpahan Rahmat dan berkah dari Allah SWT, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Salam dan sholawat semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat Islam dari jaman kegelapan kejaman yang jauh lebih baik.

Tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan suka rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan :

1. Bapak Dr. Triyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Kajur Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM selaku pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan dukungan, saran, pengarahan dan dukungan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Sri Murwanti, SE., MM selaku Pembimbing Akademik di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak dan Ibu Dosen dan staf karyawan FE. UMS yang telah banyak memberi bantuannya.

6. Ibu dan Bapak yang tercinta terima kasih atas kasih sayangnya yang tulus, tiada kuasa kiranya ananda membalasnya.
7. Sahabat-sahabat Mbokdhe (Retno), Mb. Mitha, Mb. Ajeng, Mb. Ratna, Didin, dan semua sahabatku yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
8. Teman-teman Manajemen Kelas E 07 : Retno, Tanti, Rini, Yaya, Moyo Gendut, Mumu, Pakdhe Deni, Fajar, Agus dan semuanya ..... good luck ...
9. Teman-temanku Kost Gisella

Penulis telah berupaya semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini. Namun tak ada gading yang tak retak, maka saran yang konstruktif senantiasa penulis nantikan. Mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi setiap pembaca pada umumnya.

Surakarta, 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I    PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Skripsi.....	4
BAB II.    TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Pengertian Pemasaran.....	6
B. Perilaku Konsumen.....	11
C. Teori Permintaan.....	23
D. Penelitian Terdahulu .....	26



BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	27
	A. Kerangka Pemikiran .....	27
	B. Hipotesis .....	28
	C. Definisi Operasional.....	28
	D. Populasi dan Sampel.....	29
	E. Sumber Data .....	30
	F. Teknik Pengumpulan Data .....	30
	G. Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian.....	31
	H. Metode Analisis Data.....	32
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	38
	A. Deskripsi Responden .....	38
	B. Analisis Data .....	42
	C. Pembahasan .....	55
BAB V.	PENUTUP.....	58
	A. Kesimpulan .....	58
	B. Keterbatasan Penelitian.....	60
	C. Saran-saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Lima tahap proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 2.2. Kurva Permintaan.....	26
Gambar 3.1. Kerangka Pemikiran.....	29

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur .....	38
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	39
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Anggota Keluarga .....	42
Tabel 4.7. Rangkuman Hasil Uji Validitas Tingkat Pendapatan ( $X_1$ ) .....	43
Tabel 4.8. Rangkuman Hasil Uji Validitas Harga ( $X_2$ ) .....	44
Tabel 4.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas Selera atau Kesukaan ( $X_3$ ) .....	44
Tabel 4.10. Rangkuman Hasil Uji Validitas Usia ( $X_4$ ).....	44
Tabel 4.11. Rangkuman Hasil Uji Validitas Pendidikan ( $X_5$ ) .....	45
Tabel 4.12. Rangkuman Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	45
Tabel 4.13. Hasil Uji Reliabilitas .....	46