

**ANALISIS PERILAKU MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UMS
DALAM PEMBELIAN HELM INK**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Dan
Bisnis**

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

AHMAD TAUFIK SALEH

B 100 120 002

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PERILAKU MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM MERK INK”**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

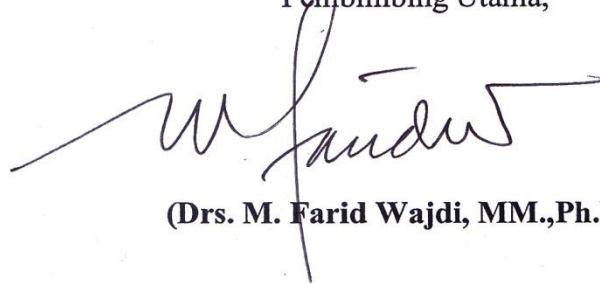
NAMA : AHMAD TAUFIK SALEH

NIM : B 100120002

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 15 April 2014

Pembimbing Utama,



(Drs. M. Farid Wajdi, MM.,Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Triono, SE., M.Si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : AHMAD TAUFIK SALEH
NIRM : 12.6.106.02016.500002
Jurusan : EKONOMI MANAJEMEN
Judul Skripsi : ANALISIS PERILAKU MAHASISWA
: FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
: DALAM PEMBELIAN HELM INK
:
:

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 15 April 2014.....

Yang membuat pernyataan,

AHMAD TAUFIK SALEH
.....

MOTTO

“Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi dengan sesuatu yang menyakitkan (perasaan si penerima). Allah maha kaya lagi maha penyantun ”

(Q. S. Al- Baqarah: 263)

“Dan Dia memberi balasan kepada mereka karena kesabaran mereka (dengan) syurga dan (pakaian) sutera,”

(Q. S. AL-Insaan:12)

“Jika engkau tumbuh, sesuatu yang menyedihkanmu tahun lalu, tak berpengaruh hari ini, dan yang dulu membuatmu marah, kini membuatmu tertawa”

(Mario Teguh)

“Besarnya pengorbanan pasti sesuai dengan hasil yang akan didapatkan, jadi belajar dari kesalahan dan terus menatap masa depan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Karya kecil ini kupersembahkan sebagai wujud rasa syukur, sayang, hormat, cinta dan baktiku serta rasa tanggung jawabku selama ini terutama kepada:

- ◆ Ibunda Tersayang dengan segala hormat dan baktiku terimakasih atas segala kasih sayang, cinta, pengorbanan, keikhlasan yang tiada pernah lekang oleh waktu. Rangkaian tasbih dan dzikir dalam doa yang tiada terputus.
- ◆ Buat adeku tercinta makasih atas dukungannya selama ini.
- ◆ Belahan jiwaku Ike Susanti, yang selalu memberikan doa restu dan dukungan dengan penuh sabar.
- ◆ Sahabat-sahabatku tersayang
- ◆ Almamaterku tercinta...

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan segala kerendahan hati dan ketulusan hati mengucapkan Alhamdulillahirobil'alamin, sujud syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena berkat curahan rahmat dan karunia-Nya, serta dengan usaha yang sungguh sungguh, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tanpa hambatan yang berarti. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada junjungan umat islam, Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita semua umat islam dari jaman kegelapan kejaman yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penelusuran skripsi ini masih jauh dari sempurna. Tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah dengan suka rela memberikan dukungan, doa, kesempatan, bantuan pemikiran tenaga dan fasilitas sehingga penelitian ini berjalan sebagaimana mestinya.

Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya dan penghargaan yang tulus penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Drs. H. Bambang Setiaji, MS., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.

2. Bapak Drs. H. Triyono, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Dra. Chuzaimah, MM., selaku pembimbing yang dengan selalu sabar memberikan bimbingan, ilmu dan arahan hingga selesainya penulisan skripsi ini mencapai kesempurnaan.
5. Seluruh Dosen dan civitas akademika lingkup FEB UMS yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan serta memberi pelayanan penyelesaian administrasi.
6. Ibunda tercinta terima kasih atas semua kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis, kasih sayang yang tiada henti-hentinya, perhatian sepanjang waktu, nasehat yang tulus dan doa-doa yang terucap untuk penulis.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan yang telah membantu tersusunnya skripsi ini.

Semoga bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi catatan amal di sisi Allah SWT, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca terutama bagi rekan-rekan mahasiswa di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 15 April 2014

(Ahmad Taufik Saleh)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAKSI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
1. Manfaat Praktis.....	6
2. Manfaat Teoritis.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Pemasaran.....	8
B. Pengertian Perilaku Konsumen.....	9
C. Model Perilaku Konsumen.....	11
D. Proses Keputusan Pembelian.....	23
E. Peran Pembeli.....	27
F. Teori Permintaan.....	27
G. Mekanisme Harga.....	29
H. Penelitian Terdahulu.....	30
I. Hipotesis.....	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Kerangka Pemikiran.....	34
B. Objek Penelitian.....	35
C. Tempat Dan Waktu Penelitian.....	35
D. Jenis Penelitian.....	35
E. Sumber Data.....	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	36
G. Metode Pengamatan Sampel.....	36
H. Definisi Variabel.....	37
I. Alat Instrumen Data.....	46
J. Analisis Data.....	47

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Responden.....	51
B. Analisis Data.....	54
1. Uji Instrumen Penelitian.....	54
a. Uji Validitas.....	54
b. Uji Reliabilitas.....	57
2. Pengujian Hipotesis.....	58
a. Uji Chi Square.....	58
b. Analisis Koefisien Kontingensi Dan C Maks.....	82
C. Pembahasan.....	83

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	85
B. Keterbatasan Penelitian.....	85
C. Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Jenis kelamin Mahasiswa.....	52
Tabel 4.2	Umur.....	52
Tabel 4.3	Lama Menjadi Konsumen.....	53
Tabel 4.4	Jumlah Uang Saku Perbulan.....	53
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Harga.....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Model.....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Promosi.....	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4.11	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Tingkat Harga.....	59
Tabel 4.12	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Kualitas Produk.....	60
Tabel 4.13	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Model.....	61
Tabel 4.14	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Promosi.....	62
Tabel 4.15	Hubungan Jenis Kelamin Dengan Keputusan Pembelian.....	63
Tabel 4.16	Hubungan Umur Dengan Tingkat Harga.....	64
Tabel 4.17	Hubungan Umur Dengan Kualitas Produk.....	65
Tabel 4.18	Hubungan Umur Dengan Model.....	66
Tabel 4.19	Hubungan Umur Dengan Promosi.....	67
Tabel 4.20	Hubungan Umur Dengan Keputusan Pembelian.....	68
Tabel 4.21	Hubungan Lama Jadi Konsumen Dengan Tingkat Harga.....	70
Tabel 4.22	Hubungan Lama Jadi Konsumen Dengan Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.23	Hubungan Lama Jadi Konsumen Dengan Model.....	72
Tabel 4.24	Hubungan Lama Jadi Konsumen Dengan Promosi	73
Tabel 4.25	Hubungan Lama Jadi Konsumen Dengan Keputusan Pembelian.	75
Tabel 4.26	Hubungan Uang Saku Dengan Tingkat Harga.....	76
Tabel 4.27	Hubungan Uang Saku Dengan Kualitas Produk.....	77
Tabel 4.28	Hubungan Uang Saku Dengan Model.....	78
Tabel 4.29	Hubungan Uang Saku Dengan Promosi.....	79

Tabel 4.30	Hubungan Uang Saku Dengan Keputusan Pembelian.....	81
Tabel 4.31	Selisih Koefisien Kontingensi Dan C Maks.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	19
Gambar 3.1	Kerangka Pemikiran.....	34

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah tingkat harga, kualitas produk, model, promosi akan mempengaruhi keputusan Mahasiswa dalam pembelian Helm INK. Dari penelitian yang dilakukan ini bermanfaat untuk mengetahui faktor apa yang paling dominan diantara variabel diatas dalam keputusan pembelian helm merk INK dikalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UMS.

Alat analisis yang digunakan untuk menjawab hipotesis dalam penelitian ini adalah *chi square*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Adapun sampel dari penelitian ini adalah 100 mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa jenis kelamin, umur, lama menjadi konsumen, jumlah uang saku perbulan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap tingkat harga, kualitas produk, model, promosi, dan keputusan pembelian dalam membentuk keputusan pembelian helm INK dengan $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$. Hasil selisih antara nilai C Max dengan koefisien kontingensi menunjukkan bahwa antara umur dan kualitas produk memiliki selisih paling kecil dibandingkan dengan variabel yang lain, yaitu dengan nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa umur dan kualitas produk paling dominan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap helm INK.

Kata kunci : jenis kelamin mahasiswa, umur, lama menjadi konsumen, jumlah uang saku perbulan.