

RISET KEPERILAKUAN MINAT BELI KONSUMEN



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

AROBIZAR PRIMADANA

NIM : B100140101

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

RISET KEPERILAKUAN MINAT BELI KONSUMEN

Yang ditulis oleh :

AROBIZAR PRIMADANA
B100140101

Surakarta, 16 Juni 2020
Dosen Pembimbing



Dr. Edy Purwo Saputro, SE. M.Si

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Samsudin, MM)
NIDN. 017025701



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **AROBIZAR PRIMADANA**

NIM : **B 100 140 101**

Jurusan : **MANAJEMEN**

Judul Skripsi : **RISET KEPERILAKUAN MINAT BELI KONSUMEN**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang 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 Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 10 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,

AROBIZAR PRIMADANA

PERSEMBAHAN

Pertama-tama puji syukur saya panjatkan pada ALLAH SWT atas terselesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar. Dan skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT, yang memberikan hidup dan memegang kematian setiap makhluk, tanpa-Nya tulisan ini tiada bermakna.
2. Rosullullah SAW semoga shalawat dan salam selalu tercurahka kepada beliau Nabi Muhammad SAW.
3. Bap dan ibuku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, bimbingan dan perhatian yang tak pernah berhenti yang akan selalu terabadikan selama hidupku
4. Bapak Dr.Edy Purwo Saputro, S.E., Msi. Selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing saya dengan sabar dan tulus dalam membuat skripsi sederhana ini
5. Saudara saya yang selalu mendukung saya selama ini memberikan kasih sayang. Terima kasih kalian sudah selalu mendukung.

MOTTO

“Sesungguhnya Allah memerintahkan kepada kamu supaya menyerahkan amanat kepada orang yang pantas menerimanya (ahlinya). Dan jika kamu mempertimbangkan suatu perkara, kamu harus memutuskannya secara adil. Sesungguhnya Allah memberimu sebaik-baiknya nasihat. Allah itu Maha Mendengar dan Maha Melihat.”

(Q.S. An-nisa' : 50)

“Ambilah kebaikan dari apa yang dikatakan, jangan melihat siapa yang mengatakannya.”

(Nabi Muhammad SAW)

“Pengalaman adalah apa yang kita dapatkan ketika kita tidak mendapatkan apa yang kita ingatkan.”

(Enio Carvalho)

“Pandanglah hari ini, Kemarin adalah mimpi, Dan esok hari hanyalah sebuah visi, Tetapi, hari ini yang sungguh nyata, Menjadikan kemarin sebagai mimpi bahagia, dan setiap hari esok sebagi visi harapan.”

(Alexander Pope)

“Yang Patah Tumbuh, Yang hilang Berganti, Yang hancur lebur akan terobati, Yang sia-sia akan jadi makna, Yang terus berulah suatu saat henti. Yang pernah jatuh kan berdiri lagi.”

(Banda Neira)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa kita haturkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, nikmat dan karunia-Nya, Sholawat serta Salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW sebagai pencerah kehidupan manusia di jagad raya ini, Amin. Penulis skripsi dengan judul “Riset Keperilakuan Minat Beli Konsumen” dapat terselesaikan dengan baik, tulisan ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan Strata Satu (S1) Program Studi Pemasaran di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penyelesaian karya ilmiah ini tidak lepas dari berbagai pihak sehingga berhasil tersusun dengan rapi dan terselesaikan. Maka dari itu, ijinkanlah penulis dengan segala kerendahan hati menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Sofyan Arif M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta, beserta segenap keluarga, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat.
2. Bapak Dr. Syamsudin, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, S.E.,M.Si.,Ph.D Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Dr. Edy Purwo Saputro, SE, Msi selaku pembimbing skripsi yang dengan penuh keikhlasan dan kesabaran senantiasa memberikan arahan, inspirasi, serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Orang Tuaku Tercinta, Suptya Sunarsih dan Rumidi yang selalu mendoakan, merawat, membimbing, memberikan kasih sayang yang tak ternilai dan tergantikan oleh apapun.
6. Kakakku tersayang, Serly Primadani dan Mohammad Rival yang senantiasa mendukung setiap langkah saya.
7. Teruntuk Calon Istriku (InsyaAllah), yang selalu menemani dan mendukung setiap langkah penulis, serta memberikan motivasi dan semangat bagi penulis.

Wassalamu'alaikum Wr Wb

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah.....	2
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	5
A. Landasan Teori.....	5
B. Penelitian Yang Terdahulu	7
C. Hipotesis	10
D. Kerangka Pemikiran.....	11
BAB III METODE PENELITIAN.....	12
A. Jenis Penelitian.....	12
B. Metode Penentuan Populasi dan Sampel.....	12
C. Data dan Sumber Data.....	13
D. Metode Pengumpulan Data	13
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	13
F. Metode Analisis Data.....	14
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	17
A. Deskripsi Responden.....	17
B. Uji Instrumen Penelitian.....	18

C. Asumsi Klasik	20
D. Uji Ketetapan Model	21
E. Pembahasan	24
BAB V PENUTUP.....	26
A. Kesimpulan	26
B. Keterbatasan Penelitian	26
C. Saran.....	26
DAFTAR PUSTAKA	28

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1 Deskripsi Usia.....	17
Tabel 4.2 Deskripsi Jenis Kelamin.....	18
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas.....	18
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	19
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	20
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas.....	20
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	21
Tabel 4.8 Ringkasan Model (R ²).....	22
Tabel 4.9 ANOVA.....	22
Tabel 4.10 Koefisien.....	23
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji t.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	11
------------------------------------	----

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli Konsumen. Model yang digunakan ialah Regresi Linier, Uji F dan Uji T. Sampel yang diambil dalam penelitian ini ialah dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Dalam penelitian ini terdapat 51 responden. Kualitas produk, Iklan, dan Kepercayaan berada dalam kondisi sangat berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Iklan, Kepercayaan, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of knowing the effect of Product Quality, Advertising And Trust on Customer Purchase Intention. The model used is Linier Regression, F test and T test. The sample taken in this study is by distributing questionnaires to respondents. In this study, there were 51 respondents. Product quality, advertising, and trust are in a very influential condition on consumer buying interest.

Keywords: Product Quality, Adversiting, Trust, Cunsumer Purchase Interest