



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Yayasan Menara Bhakti UNIVERSITAS MERCU BUANA Perpustakaan Pusat	
Sumber :	Sumbangan
Tanggal :	21/10/11
L.o. Reg. :	1. T10110772 2. TM/51/11/096

**PENGARUH MOTIVASI DAN PEMBELAJARAN PADA  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SABUN MANDI CAIR LIFEBOUY  
(STUDI PADA WARGA DI KELURAHAN KUTABUMI  
TANGERANG)**

**KARYA AKHIR**

**OLEH**

**ENY**

**NIM: 55108120122**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2011**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PENGARUH MOTIVASI DAN PEMBELAJARAN PADA  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SABUN MANDI CAIR LIFEBOUY  
(STUDI PADA WARGA DI KELURAHAN KUTABUMI  
TANGERANG)**

**KARYA AKHIR  
DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MENYELESAIKAN  
PROGRAM PASCASARJANA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN**

**OLEH**

**ENY**

**NIM: 55108120122**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
2011**

## **ABSTRACT**

*The study examined the effects of motivation and learning of the purchase decision Lifebuoy liquid soap.*

*The research method used was qualitative and quantitative data analysis with research sites in Exod. Kutabumi Tangerang. Sampling purposive sampling technique and accidental sampling. Source data obtained from primary and secondary data with a sampling technique that is through the dissemination of questionnaires, documentation and interviews, while for the scale of measurement used Likert scales, then tested multicollinearity, heteroskedastisitas, normality, multiple regression, F test, and T test.*

*The results of multiple regression analysis, simultaneous and partial motivation and learning variables significantly influence the purchase decision Lifebuoy liquid soap. The results of the correlation between the dimensions of the variables stated that the dimensions of relevance on motivation and on learning koqnitif dimension is the value of the most dominant influence consumer purchasing decisions. Researchers suggest to the PT. Unilever Indonesia Tbk in order to make the motivation and learning as a material consideration in preparing marketing strategies, especially regarding consumer behavior and to further research in order to discuss the external factors of consumers.*

*Key: Consumer behavior, motivation, learning, purchasing decisions.*

## ABSTRAK

Studi ini meneliti tentang pengaruh dari motivasi dan pembelajaran terhadap keputusan pembelian sabun mandi cair Lifebuoy.

Metode Penelitian yang digunakan adalah analisa data kualitatif dan kuantitatif dengan lokasi penelitian di Kel. Kutabumi Tangerang. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder dengan teknik pengambilan sampel yaitu melalui penyebaran kuesioner, dokumentasi dan wawancara, sedangkan untuk skala pengukuran digunakan skala likert, kemudian dilakukan pengujian multikolinieritas, heteroskedastisitas, normalitas, regresi berganda, uji F, dan uji T.

Hasil analisis regresi berganda, secara simultan dan parsial variabel motivasi dan pembelajaran berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sabun cair Lifebouy. Hasil korelasi antar dimensi variabel menyatakan bahwa dimensi keterkaitan pada motivasi dan dimensi koqnitif pada pembelajaran merupakan nilai yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Peneliti menyarankan kepada PT. Unilever Indonesia Tbk agar menjadikan motivasi dan pembelajaran sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun strategi pemasarannya khususnya mengenai perilaku konsumen dan untuk penelitian lanjutan agar membahas mengenai faktor eksternal konsumen.

Kunci : Perilaku Konsumen, Motivasi, Pembelajaran, Keputusan Pembelian.

## PENGESAHAN

Judul : **Pengaruh Motivasi dan Pembelajaran Pada Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Cair Lifebuoy (Studi Pada Warga di Kelurahan Kutabumi Tangerang)**

Bentuk Karya akhir : Riset Bisnis

Nama : Eny

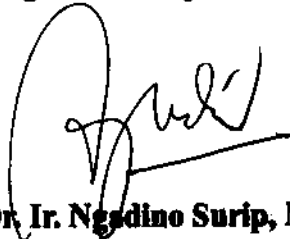
NIM : 55108120122

Program : Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen

Tanggal : Juli 2011

Mengesahkan :

**Ketua Program Studi  
Magister Manajemen**



**Prof. Dr. Ir. Ngadino Surip, MS.**

**Direktur Program Pascasarjana**



**Prof. Dr. Didik J. Rachbini**

**Pembimbing Utama**



**Dr. Baruna Hadibrata, SE, ME.**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Karya Akhir ini :

Judul : **Pengaruh Motivasi dan Pembelajaran Pada Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Mandi Calr Lifebuoy (Studi Pada Warga di Kelurahan Kutabumi Tangerang)**

Bentuk Karya Akhir : Riset Bisnis

Nama : Eny

NIM : 55108120122

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : 10 Juli 2011

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya,

Tangerang,



Eny

## KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, segala puji hormat dan syukur kepada Tuhan yang maha kuasa atas segala rahmat dan penyertaannya serta kemudahan yang ditunjukkan sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Akhir ini dengan judul **PENGARUH MOTIVASI DAN PEMBELAJARAN PADA KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN MANDI CAIR LIFEBUOY (Studi Pada Warga di Kelurahan Kutabumi Tangerang)**.

Adapun tujuan dari penulisan Karya Akhir ini adalah untuk memenuhi syarat menyelesaikan program pascasarjana program Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam penyusunan Karya Akhir ini adalah karena bimbingan, pengarahan dan saran dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini tidak lupa penulis sampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Dr. Baruna Hadibrata, S.E. M.M. Selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penulisan tugas akhir ini dengan penuh kearifan dan kesabaran.
2. Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan juga nasihat dalam penulisan.
3. Rektor, Ketua Program Studi dan para staf Universitas Mercu Buana yang telah menerima, membimbing dan mengatur segala hal dari Administrasi, nilai, prosedur pembayaran dan lainnya sehingga mempermudah penulis dari awal perkuliahan hingga Karya Akhir ini selesai.
4. Bp. Endi, Bp. Wawan, Dosen UMB yang bersedia memberikan arahan pembuatan kuesioner.
5. Iwan Budiman, suami tercinta yang telah memotivasi dan memberikan dorongan secara moril maupun material dari awal perkuliahan hingga selesainya Karya Akhir ini.
6. Ibu Suriani Laut, Ibu mertua yang dengan setia membantu menjaga anak semata wayang penulis sehingga penulis bisa fokus pada perkuliahan dan penyelesaian Karya Akhir ini.
7. Thoe Jit Boe, Papa kandung yang tiada hentinya mendoakan dan memberikan nasihat agar penulis dapat menjaga kesehatan walau sesibuk apapun agar selalu ingat dan banyak berdoa.
8. Kakak dan adik tercinta yang memberikan dukungan dan doanya.
9. Seluruh Pihak PT. Unilever Indonesia yang telah membantu dalam memberikan data baik yang dipublikasikan maupun yang tidak sehingga mempermudah penulis untuk mengambil data-data yang diperlukan.
10. Ridho, teman seperjuangan yang banyak membantu, membimbing, mengarahkan dan juga menjelaskan hal-hal yang penulis bingung, dan juga yang membantu koreksi Karya Akhir ini.

11. Mulyadi Budianto, yang dengan sabar memberikan kelonggaran waktu untuk penulis start kerja di IKI sampai Karya Akhir ini selesai.
12. Kepada teman-teman angkatan 13 tahun 2009, kalian semua telah menjadi bagian hidup biar kita semua tetap kompak.
13. Mahasiswa/i STIE Bisma Lepisi terutama mahasiswa Pasar Modal dan Bisnis Internasional tahun 2010-2011, terima kasih atas support dan doanya.
14. Terakhir untuk semuanya yang sudah memberikan doa dan kasih semangat, yang tidak mungkin penulis cantumkan namanya satu persatu terima kasih dan kalau penulis ada khilaf, maafin ya..!

Semoga kepada semua pihak tersebut selalu diberikan kekuatan, kesuksesan, kesehatan, kebahagiaan selama-lamanya dari Tuhan Yang Maha Esa, serta diberikan balasan atas jasa dan bantuan yang diberikan kepada penulis.

Penulis menyadari kemampuan yang dimilikinya sangat terbatas baik dalam penyajian ataupun dalam isinya sendiri, oleh karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis berharap menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi peningkatan menuju kearah yang lebih baik lagi.

Semoga Karya Akhir yang penulis sajikan ini dapat memberikan kerangka landasan, arah dan tujuan yang bermanfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya. Amin.

Tangerang, 10 Juli 2011

Penulis



## DAFTAR ISI

Abstract .....	i
Abstrak .....	ii
Pengesahan .....	iii
Pernyataan .....	iv
Kata Pengantar .....	v
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	xii
Daftar Grafik .....	xiii
Daftar Lampiran .....	xiv
<b>Bab I Pendahuluan</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.5. Batasan Masalah .....	7
<b>Bab II Objek Penelitian</b>	
2.1. Sejarah Perusahaan .....	10
2.2. Lingkup Bidang Usaha .....	15
2.2.1. Produk Makanan .....	15

2.2.2. Perawatan Rumah .....	16
2.2.3. Perawatan Pribadi .....	17
2.3. Sumber Daya .....	18
2.3.1. Sumber Daya Manusia .....	18
2.3.2. Tinjauan Keuangan .....	20
2.4. Tantangan Bisnis .....	21

### **Bab III Kajian Pustaka, Kerangka Pemikiran, Hipotesa**

3.1. Perilaku Konsumen .....	25
3.1.1. Definisi Perilaku Konsumen .....	25
3.1.2. Ciri Perilaku Konsumen .....	26
3.1.3. Teori-Teori Perilaku Konsumen .....	28
3.1.4. Model Perilaku Konsumen .....	30
3.2. Motivasi .....	36
3.2.1. Teori Motivasi .....	37
3.2.2. Pemicu Berbagai Motif .....	40
3.3. Pembelajaran Konsumen (Consumer Learning) .....	42
3.3.1. Teori Pembelajaran .....	43
3.4. Keputusan Pembelian .....	46
3.4.1. Proses Pengambilan Keputusan .....	47
3.4.2. Struktur Keputusan Pembelian .....	50

3.5. Penelitian Yang Telah dilakukan sebelumnya .....	52
3.6. Hipotesa .....	54

#### **Bab IV Metode Penelitian**

4.1. Jenis Penelitian .....	56
4.2. Lokasi Penelitian .....	56
4.3. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	56
4.3.1. Populasi .....	56
4.3.2. Sampel .....	57
4.3.3. Teknik Pengambilan Sampel .....	58
4.4. Sumber Data .....	58
4.4.1. Data Primer .....	58
4.4.2. Data Sekunder .....	59
4.5. Teknik Pengumpulan Data .....	59
4.5.1. Kuesioner .....	59
4.5.2. Dokumentasi .....	59
4.5.3. Wawancara .....	59
4.6. Definisi Operasional dan Operasional Variabel .....	60
4.6.1. Definisi Operasional .....	60
4.6.2. Operasional Variabel .....	60
4.7. Skala Pengukuran Instrumen Penelitian .....	63
4.8. Uji Validitas dan uji Reliabilitas .....	64

4.8.1. Uji Validitas .....	64
4.8.2. Uji Reliabilitas .....	65
4.9. Uji Asumsi Klasik .....	66
4.9.1. Uji Multikolinieritas .....	66
4.9.2. Uji Heteroskedasitas .....	67
4.9.3. Uji Normalitas .....	67
4.10. Metode Analisis Data .....	68
4.10.1. Analisis Kualitatif .....	68
4.10.2. Analisis Kuantitatif .....	68

## **Bab V Hasil dan Pembahasan**

5.1. Karakteristik Responden .....	72
5.2. Analisis Deskriptif Kualitatif .....	76
5.2.1. Deskripsi Variabel Motivasi (X1) .....	77
5.2.2. Deskriptif Variabel Pembelajaran (X2) .....	78
5.2.3. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	80
5.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	82
5.3.1. Validitas Instrumen .....	82
5.3.2. Reliabilitas Instrumen .....	83
5.4. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	84
5.4.1. Uji Multikolinieritas .....	85
5.4.2. Uji Heteroskedasitas .....	85
5.4.3. Uji Normalitas .....	87

5.5. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	87
5.5.1. Pengujian Hipotesis 1 dan 2 (Uji t – Parsial) .....	89
5.5.2. Pengujian 3 (Uji Statistis F – Simultan) .....	90
5.5.3. Pengujian Hipotesis Korelasi Antar Dimensi Variabel .....	91
5.5.4. Koefisien Determinasi (R-Square) .....	93
5.6. Pembahasan Hasil .....	94

## **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

6.1. Kesimpulan .....	97
6.2. Rekomendasi (Saran) .....	99

Daftar Pustaka .....	98
----------------------	----

Daftar Riwayat Hidup .....	100
----------------------------	-----

Lampiran

## DAFTAR TABEL

2.1. Ikhtisar Kepemilikan Langsung Persero Pada Anak Perusahaan dan Total Aset Anak Perusahaan .....	14
2.2. Susunan Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan .....	15
2.3. Produk Makanan PT. Unilever Indonesia .....	16
2.4. Produk Perawatan Rumah PT. Unilever Indonesia .....	17
2.5. Produk Perawatan Pribadi PT. Unilever Indonesia .....	18
3.1. Motif Psikologis Mc.Guire .....	38
3.2. Penelitian Terdahulu Berkaitan dengan Variabel Motivasi, Pembelajaran Keputusan Pembelian .....	53
4.1. Variabel, Dimensi, Indikator, Skala, Butir .....	63
5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	74
5.2. Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variabel Motivasi .....	77
5.3. Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variabel Pembelajaran .....	79
5.4. Analisis Pernyataan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	81
5.5. Hasil Uji Validitas Instrument Penelitian .....	82
5.6. Hasil Uji Realiabilitas Instrument Penelitian .....	84
5.7. Collinearity Statistic .....	85
5.8. Uji Normalitas .....	87
5.9. Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	88
5.10. Matrik Korelasi Dimensi Penelitian .....	92

## DAFTAR GAMBAR

2.1.	Data Penjualan Dari Tahun 1999-2010 .....	20
2.2.	Laba Bersih Dari Tahun 1999-2010 .....	21
3.1.	Hubungan Antara Stimulus Variabel, Respon Variabel dan Intervening Variabel.....	27
3.2.	Model Perilaku Konsumen Howard-Sheth .....	33
3.3.	Model Perilaku Konsumen Kotler .....	34
3.4.	Model Perilaku Konsumen Kerby .....	35
3.5.	Maslow's Hierarchu of Needs .....	37
3.6.	Teori ERG Clayton Alderfer .....	40
3.7.	Empat Tipe Perilaku Konsumen .....	43
3.8.	Model Pengkondisian Instrumental .....	45
3.9.	Tahap-tahap Pengambilan Keputusan .....	47
3.10.	Kerangka Pemikiran .....	53
3.11.	Model Hipotesa .....	54
5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
5.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .....	74
5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan .....	75
5.4.	Pekerjaan Responden .....	76
5.5.	Uji Heteroskedasitas .....	86
5.6.	Bagan Simpulan Hasil Regresi Linier Berganda .....	92

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner .....
Lampiran 2	Tabulasi Data Hasil Penyebaran Kuesioner .....
Lampiran 3	Distribusi Frekuensi .....
Lampiran 4	Uji Validitas dan Reliabilitas .....
Lampiran 5	Uji Asumsi Klasik .....
Lampiran 6	Perhitungan Regresi Linier Berganda .....
Lampiran 7	Tabel Harga $t$ <i>Product Moment</i> .....
Lampiran 8	Matrik Korelasi .....