

**ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN
KONSUMEN MEMUTUSKAN KE WARUNG NYENDER**

SKRIPSI



Nama : Agung Tidhar Nugraha

NIM : 43112010064

Program Studi Manajemen S1

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2016

**ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN
KONSUMEN MEMUTUSKAN KE WARUNG NYENDER**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi**

Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta



Nama : Agung Tidhar Nugraha

NIM : 43112010064

**Program Studi Manajemen S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2016

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agung Tidhar Nugraha

NIM : 43112010064

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembuatan skripsi ini apabila terbukti membuat tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Oktober 2016



Agung Tidhar Nugraha
NIM : 43112010064

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Agung Tidhar Nugraha
NIM : 43112010064
Program Studi : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Analisa Faktor yang Mempengaruhi Keinginan
Konsumen Memutuskan ke Warung Nyender
Tanggal Lulus Ujian : 24 November 2016

Disahkan Oleh :

Pembimbing,

Ketua Penguji,



(Drs. Wawan Purwanto, SE, MM)
Tanggal :


(Tri Wahyono, SE., MM.)
Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi S1 Manajemen,


(Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak., MS., CA)
Tanggal :


(Dr. Rina Astini, SE., MM.)
Tanggal : 6/12 2016

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat MENCAPAI GELAR Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Melalui berbagai data yang tersedia dan dengan kemampuan yang masih terbatas dalam penelitian ini penulis mencoba menganalisa dengan judul **“ANALISA FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEINGINAN KONSUMEN MEMUTUSKAN KE WARUNG NYENDER”**.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Drs. Wawan Purwanto, SE, MM selaku pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing, mengarahkan dan memberikan motivasi, saran-saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat tersusun.
2. Dr.Ir. Arisetyanto Nugroho, MM, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
3. Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak. Ms., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Keluarga Besar dari penulis khususnya kedua orang tua penulis Bapak Wiwik Suwijono dan Ibu Iyum Rummyati yang telah memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini, peran

keduanya sungguh sangat berarti bagi penulis serta dukungan dari kakak penulis Progo Nirmolosary, S.Pd.

6. Terimakasih untuk Ika Parnia Anita Sari yang selalu memberikan motivasi, doa, dan semangat.
7. Sahabat – Sahabat penulis Mia Novitasari, Nindy Widiyanti, dan Sylvia terimakasih atas dukungan kalian penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Keluarga Besar HMJ Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2014-2015.
9. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Angkatan 2012 termasuk teman – teman satu jurusan di Manajemen.

Kepada seluruh pihak dan teman-teman penulis yang lainnya yang tidak disebutkan namanya satu persatu. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan ketulusan hati kalian. Skripsi yang penulis susun ini masih banyak kekurangan, baik dalam materi maupun cara penulisan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Jakarta, 24 Oktober 2016

Penulis,

Agung Tidhar Nugraha

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	
A. Kajian Pustaka.....	8
1. Perilaku Konsumen.....	8
a. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2. Keputusan Pembelian.....	8
a. Pengertian Keputusan Pembelian	8
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	10
3. Penelitian Terdahulu.....	21
B. Kerangka Penelitian.....	25

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	26
B. Desain Penelitian.....	26
C. Definisi dan Oprasional Variabel.....	26
1. Definisi Variabel	26
2. Oprasional Variabel	28
D. Populasi dan Sampel.....	32
1. Populasi	32
2. Sampel Penelitian	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
F. Metode Analisis.....	34
1. Analisis Faktor.....	34
2. Uji Asumsi Analisis Faktor.....	35
3. Pengelompokan Faktor	36
4. Penjelasan Variabel oleh Faktor.....	36
5. Faktor yang Mungkin Terbentuk.....	36
6. Faktor Loading	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	38
1. Sejarah Warung Nyender	38
2. Visi dan Misi Warung Nyender	39
3. Struktur Organisasi Warung Nyender	40
B. Statistik Deskriptif Responden.....	41
1. Jenis Kelamin.....	41
2. Usia	42
3. Tingkat Pendidikan Akhir	42
4. Pekerjaan	43
5. Penghasilan.....	44
C. Statistik Deskriptif Variabel.....	46

1. Variabel Produk	46
2. Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
3. Variabel Promosi.....	49
4. Variabel Motivasi.....	51
5. Variabel Keputusan Pembelian.....	52
D. Pengujian Analisis	54
1. Analisis Faktor Produk	54
2. Analisis Faktor Pelayanan.....	60
3. Analisis Faktor Promosi.....	64
4. Analisis Faktor Motivasi.....	69
5. Analisis Faktor Keputusan Pembelian.....	72
E. Pembahasan Hasil Penelitian	76
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	78
B. Saran	80
 DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	84

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Oprasional Variabel Produk.....	28
Tabel 3.2 Oprasional Variabel Kualitas Pelayanan	29
Tabel 3.3 Oprasional Variabel Promosi.....	30
Tabel 3.4 Oprasional Variabel Motivasi	31
Tabel 3.5 Oprasional Variabel Keputusan Pembelian	31
Tabel 3.6 Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan Negatif	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.2 Usia Responden.....	42
Tabel 4.3 Tingkat Pendidikan Akhir Responden.....	43
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.5 Penghasilan Responden	44
Tabel 4.6 Rekapitulasi Karakteristik Responden	45
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Produk	46
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan.....	47
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Promosi	49
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Motivasi	51
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.	52
Tabel 4.12 Anti Image Correlation Produk	56
Tabel 4.13 Rotated Component Matrix Produk	58
Tabel 4.14 Component Transformation Matrix.....	59
Tabel 4.15 Anti Image Correlation Kualitas Pelayanan	60
Tabel 4.16 Rotated Component Matrix Kualitas Pelayanan.....	62
Tabel 4.17 Component Transformation Matrix.....	63
Tabel 4.18 Anti Image Correlation Promosi	65
Tabel 4.19 Anti Image Correlation Promosi	66
Tabel 4.20 Anti Image Correlation Promosi	67
Tabel 4.21 Component Matrix Promosi.....	68
Tabel 4.22 Anti Image Correlation Motivasi	69

Tabel 4.23 Rotated Component Matrix Motivasi.....	71
Tabel 4.24 Anti Image Correlation Keputusan Pembelian	72
Tabel 4.25 Rotated Component Matrix Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.26 Component Transformation Matrix.....	75



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Warung Nyender.....	40



LAMPIRAN

Lampiran 1	: Kuesioner.....	84
Lampiran 2	: Hasil Kuesioner	89
Lampiran 3	: Hasil Statistik Deskriptif Responden	105
Lampiran 4	: Hasil Statistik Deskriptif Variabel	108
Lampiran 5	: Uji Asumsi Analisis Faktor Variabel Produk.....	114
Lampiran 6	: Penjelasan Indikator Oleh Faktor Variabel Produk	115
Lampiran 7	: Faktor Yang Mungkin Terbentuk Variabel Produk	116
Lampiran 8	: Faktor Loading Variabel Produk	117
Lampiran 9	: Uji Asumsi Analisis Faktor Variabel Kualitas Pelayanan.....	118
Lampiran 10	: Penjelasan Indikator Oleh Faktor Variabel Kualitas Pelayanan	119
Lampiran 11	: Faktor Yang Mungkin Terbentuk Variabel Kualitas Pelayanan	120
Lampiran 12	: Faktor Loading Variabel Kualitas Pelayanan.....	121
Lampiran 13	: Uji Asumsi Analisis Faktor Variabel Promosi	122
Lampiran 14	: Penjelasan Indikator Oleh Faktor Variabel Promosi.....	126
Lampiran 15	: Faktor Yang Mungkin Terbentuk Variabel Promosi	127
Lampiran 16	: Faktor Loading Variabel Promosi.....	128
Lampiran 17	: Uji Asumsi Analisis Faktor Variabel Motivasi	129
Lampiran 18	: Penjelasan Indikator Oleh Faktor Variabel Motivasi.....	130
Lampiran 19	: Faktor Yang Mungkin Terbentuk Variabel Motivasi	131
Lampiran 20	: Faktor Loading Variabel Motivasi.....	132
Lampiran 21	: Uji Asumsi Analisis Faktor Variabel Keputusan Pembelian.....	133
Lampiran 22	: Penjelasan Indikator Oleh Faktor Variabel Keputusan Pembelian.....	134
Lampiran 23	: Faktor Yang Mungkin Terbentuk Variabel Keputusan Pembelian.....	135
Lampiran 24	: Faktor Loading Variabel Keputusan Pembelian.....	136