



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN “QUELLE”**

**KARYA AKHIR**

**Oleh :**

**NURUL FAIZAH**

**1310201-077**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2008**



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PELANGGAN DALAM PEMBELIAN  
AIR MINUM DALAM KEMASAN “QUELLE”**

**KARYA AKHIR**

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program  
Pascasarjana Program Magister Manajemen**

**Oleh :**

**NURUL FAIZAH**

**1310201-077**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN  
2008**

## ABSTRACT

### FACTORS INFLUENCE CUSTOMERS' DECISION IN PURCHASING A DRINKING WATER "QUELLE"

By: Nurul Faizah

*The Research is purposed to determine factors that influencing customers' decision in purchasing drinking water "Quelle" and to summarize the most dominant factor of it. "Quelle" is the trade mark of drinking water produced by PT. Krakatau Daya Tirta (KDT) in Cilegon which is launched since year 2000. Marketing strategic (marketing mix) applied by KDT plays important roles in placing its product in market.*

*The research samples is designed by involving 100 respondents (10%) from 1.000 customers which is listed as the customers of "Quelle" located in Cilegon and surrounding area. The sampling method is quota sampling technique, in which all the respondents is indicated as presenting specific characteristics required. FGD (Focus Group Discussion) is conducted as the preliminary or antecedent research to determine what kind of variables that influencing customers' decision in purchasing "Quelle". The result is 19 variables collected.*

*The following is the operating process of the research for determining the most dominant factor influencing customers' decision in purchasing "Quelle" :*

- In take sample conducted by using quota sampling technique for 100 respondents.*
- The scoring for respondents answer is by applying Likert Scale.*
- The data analysis is conducted by using Factor Analysis aims to reduce variables analyzed and to combine them into some factors with smaller quantity from the initial variables analyzed. For this purpose the writer applying statistic tools SPSS 15.0 for Windows.*

*With the above method, the following is the explanation and the result of this*

*research :*

- After computing the data for determining the validity of research instrument by using statistics tools product moment coefficient of correlation, it is indicated that 19 variables is valid.*
- Factor analysis is conducted as further stage to find correlation (interrelationship) between variables. The analysis for total matrix correlation is measured by using Bartlet Test of Sphericity or Measure Sampling Adequacy (MSA). The result is the score of 1 variable is under 0.5 point, which is then to be excluded from the list of variables. The analysis, then repeated by using 18 variables left. The result is that all 18 variables are above 0.5 point. It means all 18 variables can be processed for further analysis.*

- Extraction is conducted by using the process of Rotates Component Matrix, and it is resulted in 6 factors formed.
- To validate factor analysis, the data is separated into 2 parts; respondent 1-50, and respondents 51-100. Both parts resulted in the same 5 factors extracted, and the naming is : product, price, promotion, place, and services with varieties factor loading.
- The most dominant factors in influencing customers' decision in purchasing "Quelle" is : customers' interest in lucky draw prize (from "promotion" factor) with factor loading = 0.875, and at the second place is competitive price (from "price" factor) with 0.763 factor loading.

## PENGESAHAN KARYA AKHIR

Judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan dalam Pembelian Air Minum Dalam Kemasan “Quelle”**

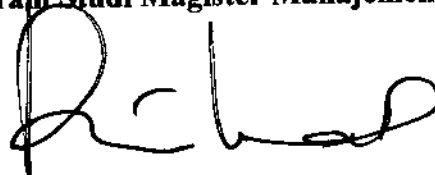
Nama : Nurul Faizah

NIM : 1310201-077

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

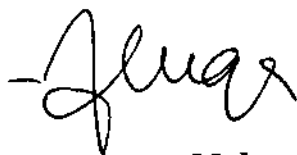
Tanggal : Pebruari 2008

Mengesahkan  
Ketua Program Studi Magister Manajemen



**Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc.**

Pembimbing Utama



**Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc.**

Pembimbing II



**Ir. Moh. Kohir Aman, MBIT**

## PERNYATAAN

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

Judul : **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pelanggan dalam Pembelian Air Minum Dalam Kemasan “Quelle”**

Nama : Nurul Faizah

NIM : 1310201-077

Program : Pascasarjana Program Magister Manajemen

Tanggal : Pebruari 2008

Adalah merupakan studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Direktur Program 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.

Jakarta, Pebruari 2008

A rectangular stamp with a dark background. On the left side, the number '60' is printed in a large, bold font. To the right of the number, there is a handwritten signature in white ink. Below the signature, the words 'MELAKUKAKAN TEMPEL' are printed in a smaller font.

Nurul Faizah

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan studi serta penyusunan karya akhir ini guna menyelesaikan pendidikan S2 di Jurusan Magister Manajemen Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulisan karya akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ir. H. Suharyadi, MS, Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Ibu Dr. Ir. Mustika S. Purwanegara, MSc., selaku Ketua Program Magister Manajemen.
3. Bapak Dr. Ir. Alugoro Mulyowahyudi, MSc., selaku Dosen Pembimbing Utama dan Bapak Ir. Moh. Kohir Aman, MBIT, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, ilmu, dan dorongan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan karya akhir ini.
4. Seluruh guru besar dan pengajar yang telah membimbing dan mendidik penulis dalam proses pembelajaran selama ini, serta seluruh civitas akademika yang telah banyak membantu penulis sehingga memungkinkan penulis dapat menyelesaikan tugas karya akhir ini.
5. Kedua orangtua penulis, yang terhormat Ayahanda tercinta H. Moh. Nasim Fauzi dan Ibunda tercinta Nasihatun, sumber kekuatan, inspirasi,

dan semangat penulis, yang selalu memanjatkan do'a yang tulus dan ikhlas sehingga penulis mampu menyelesaikan studi dan karya akhir ini.

6. Keluarga tercinta, yang terhormat suami Muhammad Ashari, atas semua dukungan, kesabaran, bantuan, pengorbanan waktu, dan do'a yang tiada henti dan putra tersayang Muhammad Rifa' Al As'ad, yang dengan semua pengertian, do'a dan keikhlasan memberikan inspirasi, semangat dan kekuatan kepada penulis dalam penyusunan karya akhir ini.

Penulis telah memberikan seluruh kemampuan penulis dalam penyelesaian karya akhir ini, meskipun demikian sebagai manusia biasa penulis banyak mempunyai keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan. Kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan ikhlas bagi perkembangan ilmu di masa yang akan datang. Semoga penyelesaian karya akhir ini bermanfaat bagi kemajuan penulis dan semua pihak yang berkepentingan.

Cilegon, Pebruari 2008

Nurul Faizah



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
PENGESAHAN KARYA AKHIR .....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1 Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2 Kegunaan Penelitian .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II     KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Pengertian Pelanggan atau Konsumen .....	9
2.1.2 Pengertian Perilaku Konsumen .....	10
2.1.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen...	12
2.1.4 Proses Keputusan Pembelian.....	19
2.1.5 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	25
2.1.6 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	48
2.1.7 Metode Sampling .....	51
2.1.8 Teknik Analisa Data .....	54
2.2 Kerangka Pemikiran .....	55
<b>BAB III    OBYEK DAN METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Obyek Penelitian .....	58
3.2 Metodologi Penelitian .....	58
3.2.1 Identifikasi dan Perumusan Masalah .....	59
3.2.2 Studi Pustaka .....	60
3.2.3 Penentuan Tujuan penelitian .....	60
3.3 Identifikasi Variabel Penelitian .....	61
3.4 Variabel Operasional .....	61
3.5 Penentuan Alat dan Teknik Pengumpulan Data .....	63

	3.6 Penyusunan Perangkat Penelitian (Kuesioner) .....	63
	3.7 Penentuan Sampel Penelitian .....	64
	3.8 Tempat dan Sumber Informasi .....	65
	3.9 Target dan Karakteristik Populasi .....	65
	3.10 Pengolahan Data .....	66
	3.11 Analisis dan Implikasi Manajerial .....	66
	3.12 Kesimpulan dan Saran .....	67
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
	4.1 Hasil Penelitian .....	68
	4.1.1 Deskripsi Data .....	68
	4.1.2 Pengujian Persyaratan Analisis .....	69
	4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
	4.2.1 Profile Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan “Quelle”	74
	4.2.2 Analisis Faktor.....	77
	4.2.3 Validasi Analisis Faktor.....	84
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	5.1 Kesimpulan .....	88
	5.1.1 Profile Responden Pelanggan AMDK “Quelle” .....	88
	5.1.2 Faktor-Faktor yang Menjadi pertimbangan Pelanggan dalam Pembelian AMDK “Quelle”.....	89
	5.1.3 Faktor yang Paling Dominan mempengaruhi Keputusan Pelanggan dalam Pembelian AMDK Quelle” .....	90
	5.2 Saran-Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	92

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler .....	19
2. Gambar 2.2 Model Generik Proses Keputusan Pembelian .....	23
3. Gambar 2.3 Perilaku Konsumen Pada Implementasi Pembelian .....	24
4. Gambar 2.4 Empat P Bauran Pemasaran .....	27
5. Gambar 2.5 Tiga Tingkatan Produk .....	29
6. Gambar 2.6 Alur Pemikiran .....	56
7. Gambar 3.1 Bagan Kerangka Pemikiran .....	59
8. Gambar 3.2 Tabel Variabel Operasional .....	62

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 4.1 Hasil Metode Alpha .....	70
2. Tabel 4.2 Koefisien Korelasi (r) Validitas (Analisis-1) .....	71
3. Tabel 4.3 Koefisien Korelasi (r) Validitas (Analisis-2).....	72
4. Tabel 4.4 Hasil Metode Split Half (belah dua).....	73
5. Tabel 4.5 Analisis Reliabel Alat Ukur.....	74
6. Tabel 4.6 Jenis Kelamin .....	75
7. Tabel 4.7 Status Responden .....	75
8. Tabel 4.8 Usia Responden .....	75
9. Tabel 4.9 Jenis Pekerjaan.....	76
10. Tabel 4.10 Pendidikan Terakhir.....	76
11. Tabel 4.11 Wilayah Tempat Tinggal.....	76
12. Tabel 4.12 Pendapatan Perbulan.....	76
13. Tabel 4.13 Persentase Pendapatan untuk Pembelian AMDK “Quelle”..	77
14. Tabel 4.14 Frekuensi Pembelian.....	77
15. Tabel 4.15 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	77
16. Tabel 4.16 Analisis Faktor ke-1 KMO and Bartlett’s Test.....	79
17. Tabel 4.17 Analisis Faktor ke-2 KMO and Bartlett’s Test.....	80
18. Tabel 4.18 Communalitas.....	81
19. Tabel 4.19 Total Varian Explained.....	82
20. Tabel 4.20 Rotasi Component Matrix.....	84
21. Tabel 4.21 Component Matrix (Validasi).....	85
22. Tabel 4.22 Component Matrix (Validasi).....	86
23. Tabel 4.23 Nama (Identitas) dari Faktor yang Terbentuk .....	87

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran 1 Jadwal Penelitian
2. Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
3. Lampiran 3 Distribusi Jawaban Responden
4. Lampiran 4 Validitas Instrumen Penelitian
5. Lampiran 5 Reliabilitas Instrumen Penelitian
6. Lampiran 6 Analisis Faktor
7. Lampiran 7 Tabel Harga Kritik  $r$  Product-Moment