

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOPI INSTAN MEREK GOOD DAY**

SKRIPSI

N a m a : Novy Slamet
N I M : 43108120 - 156



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

**PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK KOPI INSTAN MEREK GOOD DAY**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Srata 1**

N a m a : Novy Slamet
N I M : 43108120 - 156



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2011

ii

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novy Slamet

NIM : 43108120-156

Program Studi : Manajemen Pemasaran

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Mei 2011

(Novy Slamet)
NIM: 4310812056

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Novy Slamet
NIM : 43108120-156
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI INSTAN
MEREK GOOD DAY

Tanggal Lulus Ujian : 16 Juni 2011

Disahkan oleh:

Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Priyono, S.E., M.E.)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(DR. Enny Ariyanto, S.E, M.Si.) (H.Arif Bowo Prayoga K, S.E, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Kopi Instan Merek Good Day
Skripsi

Dipersiapkan dan Disusun oleh:

Novy Slamet
43108120-156

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Juni 2011



Susunan Dewan Penguji
Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

(Priyono, S.E., M.E.)

Anggota Dewan Penguji

(Mochamad Rizki, B.BA.,M.BA.)

Anggota Dewan Penguji

(Tri Wahyono S.E.,M.M.)

KATA PENGANTAR

Pertama – tama, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yesus Kristus, karena berkat bimbingan dan karunianya-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Bagi Dialah, yang dapat melakukan jauh lebih banyak daripada yang kita doakan atau pikirkan, seperti yang ternyata dari kuasa yang bekerja di dalam kita, bagi Dia-lah segala kemuliaan, penghormatan, pengagungan dan penyanjungan di tempat yang maha tinggi, sebab hanya Dia yang layak terima segalanya dan syukur atas terselesaikannya penulisan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Instan Merek Good Day”**.

Penulis sangat bersyukur dan mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada orangtua kandung, mertua, terlebih lagi kepada suami dan anak-anakku tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, pengorbanan waktu dan doa restu kepada penulis sehingga masa-masa perkuliahan dan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Terima kasih yang tak terhingga dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis ucapkan kepada Bapak **Priyono, S.E., M.E.**, selaku dosen pembimbing. Dalam kesempatan ini, penulis juga mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak DR. Enny Ariyanto, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana
2. Bapak Haji Arif Bowo Prayoga K, S.E, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Mercu Buana
3. Seluruh dosen dan staf pengajaran Fakultas Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan memberikan pelayanan akademik selama penulis kuliah.
4. Pada rekan kerja marketing karyawan PT Santos Jaya Abadi di Jatibaru, yang telah memperkenalkan dan memberikan data yang dibutuhkan oleh penulis selama masa penelitian.

5. Teman-teman Angkatan Summer XIV tiada kenangan yang terindah selain bersama-sama dengan kalian dan terima kasih atas kebersamaannya yang selalu setia membantu dalam kesulitan.

6. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu

Semoga segala bantuan yang diberikan dapat menjadikan penulis untuk selalu bersyukur dan menjadi jalan ke depan untuk melangkah. Tuhan senantiasa hadir memberkati akan segala usaha dalam kehidupan semuanya. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan karenanya kritik dan saran konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan.

Mei, 2011

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Manajemen Pemasaran	7
2.3 Pengertian Produk.....	7
2.4 Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	10
2.6 Keputusan Pembelian Konsumen	19
2.7 Jenis-Jenis Tingkah Laku Keputusan Pembelian.....	20
2.8 Proses Keputusan Membeli.....	23
2.9 Kajian Penelitian Sejenis.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian	27
3.1.1 Struktur Organisasi	28
3.1.2 Uraian Values, Visi dan Misi Perusahaan.....	30
3.1.3 Profil Produk	30
3.1.4 Konsep Produk Good Day.....	31
3.1.5 Positioning.....	32
3.1.6 Personality.....	33
3.1.7 Target Group.....	33
3.1.8 Product Knowledge.....	33
3.1.9 Market Share & Growth.....	34
3.2 Desain Penelitian	34
3.3 Hipotesis	35
3.4 Variabel dan Skala Pengukuran	35
3.4.1 Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel.....	35
3.4.2 Definisi Operasional Variabel.....	37
3.4.3 Skala Pengukuran.....	39
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.6 Jenis Data.....	40
3.7 Populasi dan Sampel.....	40
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42

3.8.1 Uji Validitas	42
3.8.2 Uji Reliabilitas	43
3.9 Metode Analisis Data.....	44
3.9.1 Analisa Regresi Berganda.....	44
3.9.2 Uji Hipotesis I (Uji F).....	45
3.9.3 Uji Hipotesis II (Uji t).....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Deskripsi Responden	48
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.1.3 Pengujian Instrumen Penelitian (Uji Validitas dan Realibilitas)	66
4.1.4 Analisis Data.....	68
4.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran-Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	
Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner	
Lampiran 3: Tabel R	
Lampiran 4: Tabel F	
Lampiran 5: Tabel T	

DAFTAR TABEL

4.1	Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2	Karateristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.3	Karateristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	50
4.4	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Sudah Terbiasa Mengkonsumsi Produk Tersebut.....	51
4.5	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Mudah Diperoleh Di Wilayah Tempat Tinggal.....	52
4.6	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Dapat Mencerminkan Kelas Sosial.....	53
4.7	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Kebiasaan Mengkonsumsi Kopi Instan Di Sekitar Lingkungan Anda Saat Ini	54
4.8	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Adanya Pengalaman Dari Anggota Keluarga Sebelumnya	55
4.9	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Adanya Pengaruh Dari Teman	56
4.10	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Menyesuaikan Dengan Uang Penghasilan Anda.....	57
4.11	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Menyesuaikan Dengan Situasi Ekonomi.....	58
4.12	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Dapat Mencerminkan Gaya Hidup Anda.....	58
4.13	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Praktis Dan Mudah Didapat.....	60
4.14	Anda Mengkonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena	

Adanya Persepsi Atas Iklan Produk Kopi Instan Tersebut	60
4.15 Anda Mengonsumsi Produk Kopi Instan Merek Good Day Karena Adanya Pemahaman Atas Kandungan Gizi Produk	61
4.16 Dengan Membeli Kopi Instan Merek Good Day Berarti Anda Telah Men- jatuhkan Pilihan Atau Alternatif Pada Produk Yang Terbaik	63
4.17 Dengan Membeli Kopi Instan Merek Good Day Berarti Anda Telah Me- lakukan Pengambilan Keputusan Dilakukan Secara Sadar & Rasional...	63
4.18 Dengan Membeli Kopi Instan Merek Good Day Berarti Anda Telah Me- lakukan Pengambilan Keputusan Dilakukan Secara Objektif & Terencana	64
4.19 Kualitas Produk Kopi Instan Merek Good Day Yang Bernilai Tinggi, Membantu Saya Dalam Memutuskan Membeli Produk Tersebut.....	65
4.20 Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner.....	66
4.21 Hasil Pengujian Reliabilitas	68
4.22 Rekapitulasi Hasil Analisa Regresi Berganda	69
4.23 Tabel Anova Hasil Analisis Data.....	70
4.24 Perbandingan t-hitung dengan taraf signifikan.....	72
4.25 Model Summary R Square.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen ...	11
Gambar 2.2 Hirarki Kebutuhan Menurut Maslow	16
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Santos Jaya Abadi.....	29
Gambar 3.2 Product Knowledge.....	33
Gambar 3.3 Market Share & Growth.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3: Tabel R

Lampiran 4: Tabel F

Lampiran 5: Tabel T



UNIVERSITAS
MERCU BUANA