

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP  
SEMPURNA**

**SKRIPSI**

diajukan guna melengkapi Sebagian syarat dalam mencapai gelar Sarjana  
Manajemen (S.M.)



Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Rio Arifin  
NIM : 13221034  
Pembimbing : Tanto Askriyandoko Putro SE.,MM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA**

**BLITAR**

**2020**

## **LEMBAR PERSETUJUAAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen Pembimbing dari:

Nama : Muhammad Rio Arifin

NIM : 13221034

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 1 Januari 2020 sampai 20 April 2020 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 27 April 2020

**Pembimbing,**



**Tanto Askriyandoko Putro SE.,MM**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rio Arifin

NIM : 13221034

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi :

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata dikemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 27 April 2020

Penulis

METERAI  
TEMPEL  
54B55AHF303485248  
6000  
TANDA PENGESAHAN



Muhammad Rio Arifin

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : H. Muchson Achmad Syahid

Jabatan : Pemilik Usaha

Perusahaan : UD. Kecap Sempurna

Alamat : Jalan Raya Bence RT 01 RW 01 Bence, Garum, Kab. Blitar

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Muhammad Rio Arifin

NIM : 13221034

Jurusan : Manajemen

Universitas : STIEKEN Blitar

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsinya yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA”** sejak tanggal 10 Desember 2019 sampai dengan 20 April 2020, dan telah pula membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Blitar, 30 April 2020

  
H. Muchson Achmad Syahid

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul:

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA**

Yang disusun oleh

Nama : Muhammad Rio Arifin

NIM : 13221034

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Manajemen

Telah diuji pada tanggal 25 Juni 2020

#### SUSUNAN DEWAN PENGUJI

No	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1	Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM	Penguji I	
2	Dr. Siti Sunrowiyati SE.,MM	Penguji II	
3	Tanto Askriyandoko Putro SE.,MM	Penguji III	

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 10 Agustus 2020

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen,



Tanto Askriyandoko Putro SE.,MM

Ketua Dewan Penguji,



Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM

## **ABSTRAKSI**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KECAP SEMPURNA**

Muhammad Rio Arifin - 13221034

Kata kunci : keputusan pembelian, faktor produk dan harga, faktor distribusi, faktor budaya dan psikologi, faktor sosial, faktor pribadi, faktor promosi.

Konsumen merupakan sasaran utama yang perlu diperhatikan oleh produsen atau perusahaan, karena masing-masing konsumen pasti mempunyai sikap dan pandangan yang berbeda-beda atas suatu produk. Perusahaan harus mampu menyesuaikan produknya sesuai keinginan pasar agar dapat diterima konsumen dan bisa bersaing dengan produk-produk lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Kecap Sempurna. Data yang digunakan adalah data primer. Sampel yang diteliti sebanyak 120 responden. Jumlah variabel yang diteliti sebanyak 19 variabel. Data yang diolah dengan menggunakan analisis faktor sebanyak 18 variabel. 1 variabel dikeluarkan karena nilai MSAnya kurang dari 0,5

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 18 variabel yang dianalisa dengan model analisis faktor ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian Kecap Sempurna. Faktor-faktor tersebut terdiri dari 6 faktor, yaitu: faktor produk dan harga, faktor distribusi, faktor budaya dan psikologi, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor promosi.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur bagi ALLAH SWT atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan, semoga rahmat dan hidayah-Nya akan selalu tercurah kepada kita semua. Atas izin dan limpahan berkah-Nya pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan tugas akhir dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Saya sangat berterimakasih kepada orang-orang yang telah berjasa dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini, terutama:

1. Bapak Iwan Setya Putra SE.,Ak.,MM selaku ketua STIEKEN Blitar.
2. Ibu Siti Sunrowiyati Se.,MM selaku wakil ketua bidang akademik dan riset.
3. Bapak Tanto Askriyandoko Putro SE.,MM selaku ketua program studi manajemen dan juga selaku pembimbing saya dalam penulisan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak/Ibu dosen STIEKEN Blitar.
5. Kedua orang tua saya, bapak H. Muchson Achmad & Hj. Alchomsatin.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya dan penulis khususnya.

Blitar, 27 April 2020



Muhammad Rio Arifin

## DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Skripsi .....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Abstraksi .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar.....	xi
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Permasalahan.....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	7
B. Pemasaran .....	9
C. Konsep-Konsep Pemasaran.....	10
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	12
E. Keputusan Pembelian.....	18
F. Hubungan Antar Variabel .....	22
G. Hipotesis.....	23



<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	
	A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	25
	B. Jenis Penelitian.....	25
	C. Definisi Operasional Variabel.....	26
	D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	27
	E. Metode Pengumpulan Data .....	28
	F. Teknik Analisis Data.....	29
	1. Uji Validitas .....	30
	2. Uji Reliabilitas .....	31
	3. Uji Normalitas .....	31
	4. Analisis Faktor .....	32
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
	A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	36
	B. Analisis Data .....	37
	1. Hasil Kuesioner.....	37
	2. Uji Validitas .....	44
	3. Uji Reliabilitas .....	45
	4. Uji Normalitas .....	46
	5. Analisis Faktor .....	49
	C. Pembahasan.....	67
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
	A. Kesimpulan .....	70
	B. Saran.....	70
	Daftar Pustaka .....	72
	Lampiran .....	74

## DAFTAR TABEL

1.1	Kandungan Gizi Kecap Manis.....	3
1.2	Laporan Penjualan Kecap Sempurna.....	6
3.1	Operasional variabel.....	31
3.2	Model Skala Likert.....	34
4.1	Uji Validitas.....	43
4.2	Uji Reliabilitas.....	45
4.3	Uji Normalitas.....	46
4.4	Uji Normalitas.....	47
4.5	Citarasa Produk Kecap Sempurna.....	48
4.6	Kekentalan Produk Kecap Sempurna.....	49
4.7	Warna Produk Kecap Sempurna.....	50
4.8	Kesesuaian Harga Produk Kecap Sempurna Terhadap Manfaatnya.....	51
4.9	Harga Sebagai Pertimbangan dalam Pembelian Kecap Sempurna.....	52
4.10	Iklan Produk Kecap Sempurna.....	53
4.11	Promosi Penjualan Produk Kecap Sempurna.....	54
4.12	Pemasaran Langsung Kecap Sempurna.....	55
4.13	Kemudahan Dalam Mendapatkan Produk Kecap Sempurna.....	56
4.14	Pelayanan Yang Diberikan Penjual Kepada Konsumen.....	57
4.15	Lokasi Tempat Konsumen Membeli Produk Kecap Sempurna.....	58
4.16	Jenis Pekerjaan Konsumen Dalam Mengkonsumsi Kecap Sempurna.....	59
4.17	Tingkat Penghasilan Konsumen Produk Kecap Sempurna.....	60

4.18	Ajakan Keluarga Dalam Mengkonsumsi Kecap	
	Sempurna .....	61
4.19	Ajakan Rekan Kerja Dalam Mengkonsumsi	
	Produk.....	62
4.20	Ajakan Teman Dalam Mengkonsumsi Produk.....	63
4.21	Kebiasaan Dalam Mengkonsumsi Produk	
	Kecap Sempurna.....	64
4.22	Keyakinan Dalam Mengkonsumsi Kecap	
	Sempurna .....	65
4.23	Pengalaman Dalam Mengkonsumsi Produk.....	66
4.24	KMO dan Bartlett's Test .....	68
4.25	Anti-image Matrices .....	69
4.26	KMO dan Bartlett's Test .....	70
4.27	Anti-image Matrices .....	71
4.28	Comunnuaalities .....	73
4.29	Total Variance Explained .....	76
4.30	Component Matrix <sup>a</sup> .....	78
4.31	Rotated Component Matrix .....	80
4.32	Pembagian Faktor Yang Terbentuk.....	84
4.33	Component Transformation Matrix.....	86

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Perilaku Konsumen Menurut Kotler .....	15
2.2	Model Perilaku Konsumen Menurut Ristiyanti dan John Ihalauw .....	18
2.3	Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
2.4	Hubungan Antara Variabel.....	26