

**”ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT
LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



disusunoleh:

Erwin(11110017)

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2015**

**”ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT
LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA”**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

disusunoleh:

ERWIN

NIM : 11110017

Jurusan : Manajemen

**FAKULTAS BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

"ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LEMONIA PADA MASYARAKAT YOGYAKARTA"

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

ERWIN

11 11 00 17

Dalam Ujian Skripsi Program Studi SI Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal **24 JUN 2015**

Nama Dosen

1. Dra. Agustini Dyah Respati, MBA
(Ketua Tim)
2. Jonathan Herdioko, SE, MM
(Dosen Penguji)
3. Dra. Eti Istriani, MM
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

Yogyakarta, **29 JUN 2015**

Disahkan Oleh :

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM

Wakil Dekan I Manajemen

Petra Surya Mega Wijaya, SE.,MSi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : "ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA" yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, adalah bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun,kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagai mana mestinya.Jika kemudian hari didapatkan bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 15 MEI 2015



MOTTO

"Orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukainya atau tidak."

(Aldus Huxley)

"Kehidupan yang besar selalu dimulai dengan impian yang besar"

(David J. Schwartz)

"Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil; kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik."

(Evelyn Underhill)

"Jangan biarkan dunia mengatur kita tapi ubahlah dunia untuk jadi lebih baik, sebelum mengubah dunia ubahlah dulu diri sendiri, karena kita diciptakan untuk tumbuh dan berkembang"

(David J. Schwartz)

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah."

(Thomas Alva Edison)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- **Tuhan Yang Maha Esa**
- Dosenku Pak **Jonathan Herdioko, SE., M.M.**
- **Papa dan Mamatercinta**
- Adikku pertamadankedua
- Teman-temankerja dan teman teman seperjuangan di **UKDW**
- **PT.YUDHA HAVANA** yang telah memberikan izin untuk berkerjasama bilkuliah
- Alamamaterku **Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA" dapat berjalan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat bimbingan, saran, masukan, dan perhatian dari berbagai pihak dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan** yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak **Jonathan Herdioko, SE., M.M.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dengan sabar dan baik kepada penulis.
3. Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
4. **Papa dan Mama** tercinta atas kerja keras, serta dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.

5. Kakak dan adikku yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
6. Teman-temanyang sudah memberi semangat, masukan dan menghibur pada saat jenuh.
7. Teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Mei 2015

Penulis,

Erwin

DAFTAR ISI

| | |
|-----------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGANTAR..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| HALAMAN MOTTO..... | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | ivx |
| ABSTRAKSI..... | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 4 |
| 1.3. Batasan Masalah..... | 4 |
| 1.4. Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.5. Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| 2.1. Faktor Kebudayaan..... | 7 |
| 2.2. Faktor Sosial..... | 8 |
| 2.3. Faktor pribadi..... | 12 |
| 2.4. Faktor psikologis..... | 13 |

| | |
|--------------------------------------|----|
| 2.5. Keputusan Pembelian Produk..... | 15 |
| 2.6. Lemonia Lemon Biscuit..... | 18 |
| 2.7. Penelitian Terdahulu..... | 20 |
| 2.8. Kerangka Konseptual..... | 23 |
| 2.9 . Hipotesis..... | 24 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Data..... | 25 |
| 3.2. Populasi dan Sampel..... | 27 |
| 3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 28 |
| 3.4. Variabel dan Pengukurannya | 30 |
| 3.5. Model Statistik..... | 32 |
| 3.6. Metode Analisis Data..... | 32 |
| a. Uji Validitas..... | 32 |
| b. Uji Reliabilitas..... | 33 |
| c. Analisis Prosentase..... | 34 |
| d. Uji hipotesis..... | 35 |

BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| 4.1. Statistik Deskriptif..... | 38 |
| 4.2. Analisis Data Penelitian..... | 39 |
| 4.2.1 Analisis Validitas..... | 39 |
| 4.2.2 Analisis Reliabilitas..... | 41 |
| 4.3 karakteristik Responden... .. | 43 |
| 4.4 analisis regresi linier berganda..... | 45 |
| 4.4.1 Uji Parsial Dengan T- Test..... | 46 |
| 4.4.2 Uji Simultan Dengan F-Test (Anova ^b)..... | 49 |

| | |
|--|----|
| 4.4.3 koefisien Determinasi (R^2)..... | 50 |
| 4.5 Pembahasan..... | 51 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | |
| 5.1. Kesimpulan..... | 54 |
| 5.2. keterbatasan Penelitian..... | 54 |
| 5.3. Saran untuk penelitian selanjutnya..... | 55 |
| 5.4. Saran untuk perusahaan..... | 55 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 56 |
| LAMPIRAN..... | 58 |

@UKDWN

DAFTAR TABLE

| | | |
|-------------|--|----|
| Table 4.1 | Hasil Perhitungan Untuk Uji Validitas | 40 |
| Table 4.1.1 | Hasil Perhitungan Untuk Uji Validitas | 41 |
| Tabel 4.2 | Hasil Perhitungan Untuk Uji Reliabilitas..... | 42 |
| Tabel 4.2.1 | Hasil Perhitungan Untuk Uji Reliabilitas..... | 42 |
| Tabel 4.3 | Profil Responden berdasarkan Usia | 43 |
| Tabel 4.4 | Profil Responden Berdasarkan Penghasilan | 44 |
| Tabel 4.5 | Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan | 45 |
| Tabel 4.6 | Hasil Regresi Linier Berganda | 45 |
| Tabel 4.75 | Hasil Uji F..... | 50 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji koefisien Determinasi | 51 |
| Tabel 4.9 | Ringkasan Hasil Penelitian | 51 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|------------|------------------------------|----|
| Gambar 2.1 | Model Prilaku Konsumen | 15 |
| Gambar 2.2 | Kerangka pemikiran | 24 |

@UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---------------------|--------------------------------------|
| Lampiran I | Kuesioner |
| Lampiran II | Jawaban Kuesioner |
| Lampiran III | karakteristik Responden |
| Lampiran IV | Ujivaliditas dan Reliabilitas |
| Lampiran V | UjiHipotesis dan table r |
| Lampiran VI | Surat IjinPenelitian |

@UKDWN

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul "ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan statistik yang menggunakan alat analisis regresi linear berganda, pengujian signifikansimultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS for Windows®. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan accidental sampling.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable budaya, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta. Sedangkan secara parsial variable budaya dan psikologis mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta.

Kata kunci: perilaku konsumen, budaya, sosial, pribadi, psikologis dan keputusan pembelian Universitas Kristen dutawacana

ABSTRACT

This study entitled "ANALYSIS of the INFLUENCE FACTOR of cultural, social, personal and PSYCHOLOGICAL DECISION AGAINST PRODUCT PURCHASES BISCUITS in the AREA on SOCIETY LEMONIA ISTEMEWA YOGYAKARTA," the goal of this research is to know the influence consumer behaviour towards product purchasing decision biscuit lemonia in Yogyakarta.

Analysis of the method used is descriptive and statistical analysis methods that use multiple linear regression analysis tools, simultaneous and significant testing significant partial testing. The working method of data analysis using SPSS for Windows ® Help. The data used are the primary and secondary data. This research uses 100 as respondents a sample of research drawn upon accidental sampling.

Research results based on multiple linear regression analysis show that variable cultural, psychological and positive and significant effect against the decision of purchase of the product at lemonia biscuit Yogyakarta society. While partially a cultural and psychological variables had the most influence on the buying decision at lemonia biscuit products society.

Keywords: consumer behaviour, personal, social, cultural, psychological and purchase decisions of Christian Universities *duta wacana*

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul "ANALISIS PENGARUH FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, PRIBADI DAN PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BISKUIT LEMONIA PADA MASYARAKAT DI DAERAH ISTEMEWA YOGYAKARTA". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta.

Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan statistik yang menggunakan alat analisis regresi linear berganda, pengujian signifikansimultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS for Windows®. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian yang ditarik berdasarkan accidental sampling.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable budaya, dan psikologis berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta. Sedangkan secara parsial variable budaya dan psikologis mempunyai pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian produk biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta.

Kata kunci: perilaku konsumen, budaya, sosial, pribadi, psikologis dan keputusan pembelian Universitas Kristen dutawacana

ABSTRACT

This study entitled "ANALYSIS of the INFLUENCE FACTOR of cultural, social, personal and PSYCHOLOGICAL DECISION AGAINST PRODUCT PURCHASES BISCUITS in the AREA on SOCIETY LEMONIA ISTEMEWA YOGYAKARTA," the goal of this research is to know the influence consumer behaviour towards product purchasing decision biscuit lemonia in Yogyakarta.

Analysis of the method used is descriptive and statistical analysis methods that use multiple linear regression analysis tools, simultaneous and significant testing significant partial testing. The working method of data analysis using SPSS for Windows ® Help. The data used are the primary and secondary data. This research uses 100 as respondents a sample of research drawn upon accidental sampling.

Research results based on multiple linear regression analysis show that variable cultural, psychological and positive and significant effect against the decision of purchase of the product at lemonia biscuit Yogyakarta society. While partially a cultural and psychological variables had the most influence on the buying decision at lemonia biscuit products society.

Keywords: consumer behaviour, personal, social, cultural, psychological and purchase decisions of Christian Universities *duta wacana*

BAB 1

PENDAHALUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini perkembangan perekonomian dan bisnis menjadi semakin maju dan persaingan bisnis pun semakin ketat. Perusahaan harus tetap menjaga agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya di tengah tengah persaingan yang semakin tinggi. Perusahaan dituntut agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen baik dari segi kualitas, kuantitas, harga serta pelayanan. Pendirian usaha baik barang maupun jasa sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Pada era yang serba dinamis seperti saat ini, sesuatu yang praktis sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Segala hal yang ada dibuat sedemikian praktis agar dapat menghemat banyak waktu. Seperti contoh, sekarang sudah tersedia banyak tempat yang menyuguhkan makanan cepat saji tanpa harus sibuk memasak di dapur. Mulai dari makanan ringan hingga makanan pokok. Fenomena seperti inilah yang membuat industri makanan tumbuh subur di Indonesia. Peluang industri pangan di dalam negeri sendiri berkembang pesat dan cukup menjanjikan.

Barang dan jasa yang memiliki ciri khas akan unggul dalam persaingan ditengah perubahan gaya hidup. Gaya hidup masyarakat zaman modern yang semakin dinamis membuat pergeseran dalam banyak hal, salah satunya dalam hal cemilan berupa biskuit yang bahkan bagi sebagian orang dijadikan bahan pangan pokok pengganti nasi. Biskuit merupakan salah satu makanan yang banyak diminati oleh konsumen dari semua kalangan. Aneka macam biskuit dan merknya seturut dengan perkembangan zaman dan teknologi terus bermunculan. Semakintingginya potensi bisnis penghasil biskuit menyebabkan banyak usaha manufaktur dan varian merk biskuit bermunculan di Indonesia.

Salah satu produk biskuit yang cukup terkenal saat ini adalah biskuit “lemonia”. Biscuit lemonia lemon cookies dengan kemasan yang lebih cerah, biskuit yang tipis dan renyah dengan aroma rasa lemon menyegarkan yang akan menceriakan hari harimu. Biskuit Lemonia diproduksi oleh PT. Serena Indopangan Industry, bogor 16911 dan biskuit lemonia mulai diproduksi tahun 1970. Biskuit lemonia menawarkan produk biskuit berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan.

Produk yang sejenis banyak beredar di pasaran Indonesia sehingga perusahaan dituntut untuk memenangkan persaingan dalam merebut hati konsumen, baik dalam hal mempertahankan pembeli lama atau mendapatkan pembeli baru sehingga perusahaan dapat mempertahankan posisi mereka di hati dan benak para konsumen atau calon konsumen.

Diperlukan kreasi dan inovasi terus menerus agar konsumen tidak mudah bosan dengan produk yang ditawarkan. Dilihat dari kecenderungannya kebanyakan konsumen memilih jenis panganan yang enak, bergizi, mudah didapat, variasi rasanya bermacam-macam dan memiliki merek yang sudah dikenal luas dipasaran. Kecenderungan seperti inilah yang harus diperhatikan oleh pemasar agar tidak kalah saing dengan merek lain yang produknya sejenis. Selera konsumen yang terus berubah menuntut pemasar mengenal konsumennya. Di kehidupan yang relatif konsumtif seperti saat ini dan gencarnya iklan serta jenis promosi lainnya, pemahaman tentang perilaku konsumen akan membantu pemasar mengetahui bagaimana motif, sikap maupun perilaku serta faktor-faktor usaha pemasaran maupun lingkungan eksternal lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Perilaku konsumen itu sendiri dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, psikologis (Kotler 2007:214). Dalam hal pemasaran masih sulit untuk menentukan faktor apakah yang lebih dominan yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian. Ada kalanya faktor sosial lebih dominan dibanding faktor lainnya dalam hal

pembelian barang mewah. Tetapi ada kalanya juga faktor psikologis lebih dominan dari faktor lainnya dalam hal pembelian produk yang di beli tanpa perencanaan sebelumnya. Keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Apapun faktor yang mempengaruhi konsumen dalam hal keputusan pembelian, berarti faktor tersebut memiliki perannya masing-masing dalam mempengaruhi perilaku konsumen.

Diperlukan pemahaman tentang perilaku konsumen agar pemasar mampu mengambil keputusan-keputusan pemasaran secara tepat. Dengan memahami perilaku konsumen diharapkan perusahaan mampu menemukan peluang-peluang apa saja yang belum terbaca oleh perusahaan lain yang dibutuhkan oleh konsumen. Pemahaman terhadap perilaku konsumen ini sangat bermanfaat untuk kepentingan penyusunan strategi maupun bauran pemasaran. Melalui pemahaman terhadap psikografis konsumen dan juga perilaku penggunaan, pemasar dapat melakukan segmentasi pasar, menyusun strategi promosi khususnya iklan secara tepat.

Keputusan pembelian terhadap produk merupakan hal yang diharapkan oleh semua jenis usaha, begitu pula dengan biskuit lemonia. Dengan konsumen memutuskan melakukan pembelian maka biskuit lemonia mendapat tuntutan untuk memelihara konsumen tersebut agar mereka bisa setia terhadap produk biskuit lemonia, atau bahkan membuat konsumen untuk menarik konsumen baru membeli produk biskuit lemonia. Dengan begitu, lemonia dapat memperluas pasar mereka atau dapat meningkatkan pendapatan perusahaan. Dari konsumen yang melakukan pembelian maka lemonia dapat mengetahui bagaimana selera dari konsumen sehingga perusahaan dapat lebih mengembangkan diri.

Biskuit lemonia perlu mengoptimalkan semua kemampuan promosi mereka agar konsumen senang dan melakukan pembelian secara berkala. Oleh karena itu, saya tertarik untuk mengadakan penelitian tentang biskuit lemonia karena sekarang ini industri pangan

biskuit masih berkembang. Selain itu, gaya hidup masyarakat sekarang ini senang dengan makanan kecil atau cemilan termasuk biskuit. Berdasarkan uraian tersebut, saya bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Analisis pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat yogyakarta”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

- a. **“Apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat yogyakarta”.**
- b. **“Apakah faktor sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat yogyakarta”.**
- c. **“Apakah faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat yogyakarta”.**
- d. **“Apakah faktor psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat yogyakarta”.**

1.3 Batasan Masalah

Untuk penelitian ini, batasan masalah dibuat agar penelitian tidak melebar. Adapun batasan masalah yang ada adalah sebagai berikut:

- a) Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah:
 - **faktor budaya**
 - **faktor sosial**
 - **faktor pribadi**

- faktor psikologis

- Keputusan Pembelian

- b) Responden yang diteliti sebanyak 100 orang.
- c) Responden yang diteliti adalah responden yang membeli dan mengonsumsi produk biskuit lemonia minimal sebanyak 2 kali.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh faktor budaya terhadap keputusan pembelian biskuit lemonia di Yogyakarta.
- b) Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian biskuit lemonia di Yogyakarta.
- c) Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian biskuit lemonia di Yogyakarta.
- d) Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian biskuit lemonia di Yogyakarta.
- e) Untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Biskuit lemonia pada masyarakat Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan agar dapat dipergunakan oleh beberapa pihak, antara lain:

a) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai masukan dan saran bagi perusahaan ketika perusahaan mengalami masalah tentang faktor-faktor yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen terhadap produk-produk mereka.

b) Bagi Instansi Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi instansi pendidikan beserta para mahasiswa lainnya dan sebagai bahan pembandingan untuk mahasiswa lainnya yang akan melakukan penelitian yang sama.

c) Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai penerapan dan pengembangan ilmu yang telah didapat dari bangku kuliah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

d) Bagi Pihak-Pihak yang Berkepentingan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian yang sejenis serta sebagai bahan informasi untuk penelitian berikutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang variabel *independent* (*factor budaya, factor social, factor pribadi, dan factor psikologis*) terhadap keputusan pembelian untuk membeli produk biscuit lemonia, dimana sampelnya adalah 100 respondent, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “ factor budaya (x1) mempengaruhi keputusan pembelian ” Terbukti.
- b. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “faktor social (x2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian “ Tidak Terbukt.
- c. Hipotesisi 3 yang menyatakan bahwa “faktor pribadi (x3) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian“ Tidak Terbukt.
- d. Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa” factor psikologis (x4) berpengaruh terhadap keputusan pembelian ” Terbukti.

5.2 keterbatasan Penelitian

Keterbatasan ini memiliki beberapa keterbatasan yang memerlukan penelitian lanjutan dimasa yang akan mendatang. Beberapa keterbatasan tersebut antara lain :

1. Data primer yang diperoleh dari 100 responden hanya didasarkan pada kuesioner, sehingga sangat dimungkinkan terjadinya perbedaan persepsi dan jawaban responden dengan keadaan sebenarnya yang terjadi pada responden tersebut.
2. Penelitian ini hanya menggunakan satu sampel saja yaitu produk biscuit lemonia, sehingga hasil penelitian ini sulit digeneralisasi.

3. Penelitian ini hanya memberikan jawaban tertutup yang memaksa responden untuk memberikan jawaban sesuai dengan pilihan jawaban yang diberikan.

5.3 Saran untuk penelitian selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian ini yang telah dikemukakan diatas,berikut ini adalah saran-saran untuk penelitian selanjutnya :

1. Data primer yang diperoleh dari responden penelitian melalui koesioner sebaiknya lebih dari 100 responden,lebih detail dan lebih merata penyebarannya.
2. Melibatkan variabel indenpenden lainnya untuk mengetahui seberapa kuat variabel indenpenden lainnya mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan lebih dari satu sampel untuk melakukan perbandingan dengan produk pesaing.
4. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan tidak hanya pertanyaan tertutup tetapi pertanyaan terbuka yang dapat diajukan kepada responden melalui objektif atau sesuai dengan keadaan responden.

5.4 Saran Untuk Perusahaan

Disarankan kepada perusahaan untuk selalu memberikan peluang berupa peningkatan kualitas dan produktivitas dalam produksi maupun memasarkan produk dengan memilih berbagai faktor-faktor lain yang mempengaruhi pemasaran,sehingga produk lebih mudah dicari dan konsumen lebih mudah mendapatkannya saat ingin mengkonsumsi produk biscuit tersebut,terutama dalam peningkatan inovasi dan kreativitas untuk menciptakan biscuit yang unik dan memiliki daya saing dikalangan masyarakat terutama di yogyakarta.

Daftar Pustaka

- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid I, Edisi kedelapan. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi kedua belas. Jakarta : Indeks.
- _____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Minor & Mowen. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jilid I, Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sekaran, Umar. 2006. *Research Methods For Business*, John Wiley & Sons, New York.
- Hasan, Iqbal. 2004. **Pokok-Pokok Materi Teori Pengambilan Keputusan**. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2009. **Perilaku Konsumen**. Edisi Kelima. Jilid Satu. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Robbins, Stephen P dan Judge Timothy A. 2008. **Perilaku Organisasi**. Edisi Kedua Belas. Jilid Satu. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Rudito, Bambang dan Melia Famiola. 2008. **Social Mapping: Metode Pemetaan Sosial**. Penerbit Informatika. Bandung.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. **Perilaku Konsumen**. Cetakan keempat. Penerbit Kencana. Bandung.
- Situmorang, Syafrizal Helmi dkk. 2010. **Analisis Data: untuk Riset Manajemen dan Bisnis**. USU Press: Medan.

Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan Ketujuh. Penerbit CV Alfabeta.
Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2004. **Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Cetakan Kedua. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.

@UKDWN