

**ANALISA FAKTOR-FAKTOR KONSUMEN MEMBELI PRODUK UD
OSHA SNACK**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR SARJANA
EKONOMI PADA PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Oleh :

JULEHA SUKMAWATI

NIM : S1 0212 054



PROGRAM STUDI STRATA S-1 MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA BOGOR

BOGOR

2017

PROGRAM STUDI STARTA-1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : ANALISA FAKTOR-FAKTOR KONSUMEN
MEMBELI PRODUK UD OSHA SNACK
OLEH : JULEHA SUKMAWATI
NPM : S1-0212054
TANGGAL :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

(DRS. PRIYO WISMANTORO, MM)

(YUSTHIANA WARDHANI S. Hut,MM)

UNIVERSITAS BINANIAGA
INDONESIA

KETUA
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI BINANIAGA

(YULI ANWAR, S.E., M.Ak)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Syukur kehadiran Allah SWT, sholawat serta salam kepada junjungan baginda Rasulluloh SAW, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan Judul : "Analisa Faktor - Faktor Konsumen Membeli Produk Pada UD OSHA Snack" yang merupakan persyaratan utama untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi pada jurusan Manajemen di STIE Binaniaga Bogor.

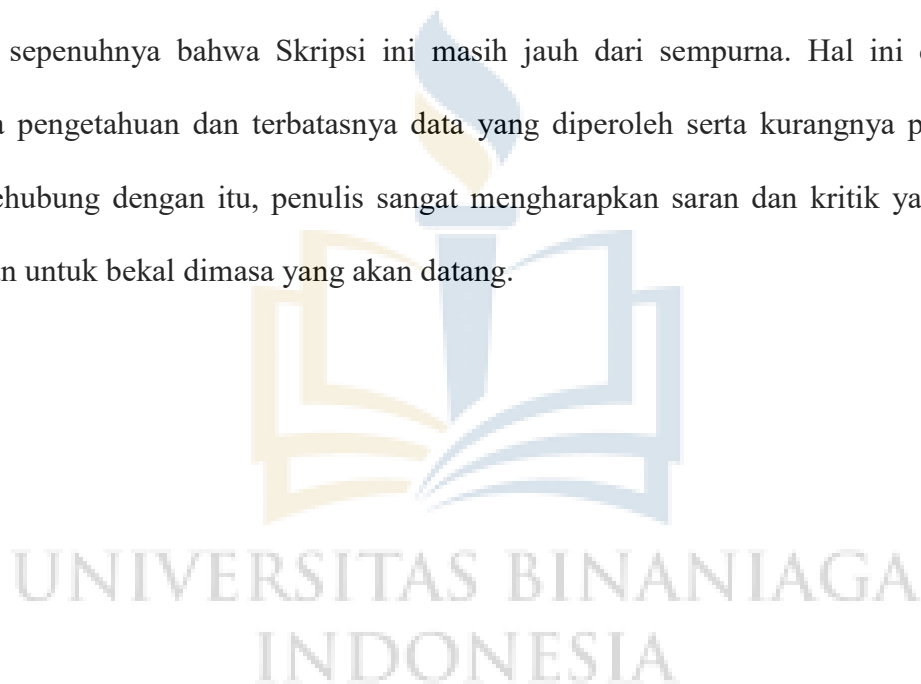
Dengan hati yang paling dalam, berikanlah kesempatan kepada penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Drs. Priyo Wismantoro, MM selaku Dosen Pembimbing I Skripsi dan Ibu Yusthiana Whardhani S. Hut., MM Dosen Pembimbing II yang selama ini membimbing, memberikan semangat dalam setiap langkah, meluruskan dan memberikan masukan hingga terselesainya penulisan Skripsi ini. Penghargaan dan rasa hormat juga tidak lupa penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini antara lain kepada :

1. Yuli Anwar S.E.,M.AK. selaku Ketua STIE Binaniaga.
2. Para Dosen di STIE Binaniaga Bogor yang telah membimbing penulis selama menjadi mahasiswa di STIE Binaniaga Bogor.
3. Seluruh jajaran staf dan karyawan STIE Binaniaga Bogor.
4. Bapak Oktoriza Baswir SE dan Ibu Ir. Dewi Mulyati pemilik UD Osha Snack yang telah memperbolehkan melakukan penelitian, memberikan dukungan baik moril maupun materiil guna terciptanya Proposal Skripsi ini.
5. Kepada kedua orang tua alm. Bapak Mad Sodri, Ibu Sakiyah dan keluarga besar saya (Tete – Tete, Kakak, Mas, Aa, Abang, Adik - Adik dan Seluruh Keponakan) terima kasih yang tidak pernah bosan memanjatkan doa dan selalu memberikan semangat sehingga pelaksanaan kuliah dapat terselesaikan.

6. Kepada Keluarga Ibu Faisal yang telah memberikan dukungan moril dan materiil sehingga Proposal Skripsi ini dapat diselesaikan.
7. Sahabat dan teman - teman semua di STIE Binaniaga yang selalu mengisi hari - hari kuliah dan saling mendukung dan mendorong untuk menyelesaikan Skripsi.

Terima kasih atas semua bantuan, dorongan serta motivasi, semoga menjadi ladang amal untuk semua dan mungkin akan menjadi bekal untuk kehidupan selanjutnya. Allah Maha Tahu, penulis hanya ingin mengingat bahwa "syukurilah kenikmatan yang kamu dapat dari yang Maha Pemberi Allah S.W.T".

Sebagai penulis biasa yang tidak luput dari kekurangan dan kekhilafan, penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna. Hal ini disebabkan terbatasnya pengetahuan dan terbatasnya data yang diperoleh serta kurangnya pengalaman penulis. Sehubungan dengan itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk bekal dimasa yang akan datang.



Akhir kata penulis mengharapkan ada guna dan faedah, semoga Proposal Skripsi ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya bagi kami maupun perusahaan dan pihak - pihak lain yang berkepentingan. Amien.

Bogor, Desember 2017

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Ruang lingkup Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Teori Prilaku Konsumen	7
1. Tipe Perilaku Konsumen.....	8
2. Tahapan-Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian	10
B. Pengertian Keputusan Pembelian	12
1. Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	13
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
1. Faktor Budaya.....	14
2. Faktor Sosial	15
3. Faktor Pribadi.....	17
4. Faktor Psikologis	19
D. Produk	22
1. Pengertian Produk.....	22
2. Atribut Produk	25
E. Kerangka Berpikir.....	27
F. Penelitian Terdahulu	28
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	31
A. Metode Penelitian	31
1. Jenis Metode Penelitian	31
2. Jenis Data	31
B. Metode Penelitian Sampel	32

C. Metode Pengumpulan Data.....	33
1. Wawancara.....	33
2. Kuesioner.....	33
3. Dokumentasi.....	33
D. Operasional Variabel penelitian.....	34
E. Metode Analisis Data.....	35
Analisa Faktor.....	35
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	41
A. Analisa Dan Pembahasan.....	41
1. Riwayat Singkat Usaha.....	41
2. Ruang Lingkup Usaha.....	43
3. Karakteristik Responden.....	43
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	46
C. Analisis Data.....	48
1. Faktor Budaya.....	49
2. Faktor Sosial.....	50
3. Faktor Pribadi.....	51
4. Faktor Psikologi.....	52
5. Faktor Atribut Produk.....	53
6. Analisis Faktor-Faktor.....	55
7. Interpretasi Atas Faktor Yang Telah Terbentuk.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN Kuesioner Penelitian.....	71

