

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK
MIZONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS MIPA UNS)**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh gelar Ahli Madya D3 Farmasi



ILA UBADILLAH DHOFAR

M3510039

DIPLOMA 3 FARMASI

FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2013

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK
MIZONE (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS MIPA UNS)**

Oleh:

ILA UBaidILLAH DHOFAR

NIM. M3510039

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 31 Juli 2013

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Surakarta, 31 Juli 2013

Pembimbing

Fea Prihapsara, M.Sc., Apt.

Penguji I

Vinci Mizranita, M.Pharm., Apt.

Penguji II

Estu Retnanintyas N., STP., M.Si
NIP. 19680709200501 2 001

Mengesahkan

Dekan FMIPA

Prof. Ir. Ari Handono Ramelan., M.Sc.(Hons), Ph.D
NIP. 19610223 198606 1 001

Ketua Program D3 Farmasi

Nestri Handayani, M. Si., Apt.
NIP. 19701211 200501 2 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Ila Ubaidillah Dhofar, menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir saya dengan judul “PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MIZONE (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS MIPA UNS)” adalah hasil tulisan saya sendiri. Tidak ada pemikiran/gagasan orang lain yang saya kutip dan seolah-olah merupakan gagasan saya. Apabila terdapat hal yang menyimpang dari pernyataan tersebut di atas, maka saya menarik tugas akhir ini dan ijasah serta gelar yang diberikan universitas pantas dicabut.

Surakarta,

ILA UBAIDILLAH DHOFAR

M3510039

THE EFFECT OF MOTIVATION, PERCEPTION AND CONSUMER ATTITUDES PURCHASE DECISION ON *MIZONE* ISOTONIC DRINK (A CASE STUDY OF STUDENTS OF SCIENCE FACULTY SEBELAS MARET UNIVERSITY)

ILA UBAIDILLAH DHOFAR

Pharmacy D3 of Science Faculty of Sebelas Maret University

ABSTRACT

The competition between isotonic drink producer in Indonesia within producing and marketing is a reason as the background of this research. Isotonic drink with electrolyte substitutes the lost body liquid because of many activities. This research aims to examine how the influence of motivation, perception and attitudes on buying decision of Mizone isotonic drink to students of Science Faculty of Sebelas Maret University.

The method of this study is descriptive non experimental is collected using survey method. Data collecting technique uses primary data with questionnaires distribution at 130 respondents. The object of this research is the consumers of Mizone especially the students of Science Faculty of Sebelas Maret University. The sampling technique used was accidental sampling. The data is then being analyzed using multiple linear regressions. Analytical instruments used are validity, reliability, classic assumption and multiple linier regression experiments. The processed data using SPSS 16.0 for Windows. The sampling technique used was accidental sampling. The data is then being analyzed using multiple linear regressions.

Based on the result of the study, it can be concluded that partially there is a significant positive correlation between consumer motivation and behavior toward purchase decision of *Mizone* isotonic drink. The results show that the motivation significance is 0,013 and behavior significance is 0,000 (Sig. < 0, 05). Furthermore, there is a positive correlation between consumer motivation, perception simultaneously and behavior toward purchase decision of *Mizone* isotonic drink. The result of significant is $0,000 < 0, 05$.

Keywords: Motivation, Perception, Attitudes, Purchase decision

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK
MIZONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS MIPA UNS)**

Ila Ubaidillah Dhofar

Jurusan D3 Farmasi Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
Universitas Sebelas Maret

INTISARI

Persaingan antar produsen minuman isotonik di Indonesia dalam memproduksi dan memasarkan minuman isotonik menjadikan latar belakang penelitian ini. Minuman isotonik merupakan minuman yang mengandung elektrolit yang dapat menggantikan cairan tubuh yang hilang setelah beraktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap terhadap keputusan pembelian minuman isotonik Mizone pada mahasiswa Fakultas MIPA UNS.

Metode penelitian ini adalah penelitian deskriptif non eksperimental dengan menggunakan metode survei Teknik pengumpulan data menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner sebanyak 130 responden. Obyek penelitian ini adalah konsumen Mizone khususnya mahasiswa Fakultas MIPA UNS. Metode pengambilan sampel adalah dengan cara *accidental sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda. Data diproses dengan menggunakan SPSS 16.0 *for windows*.

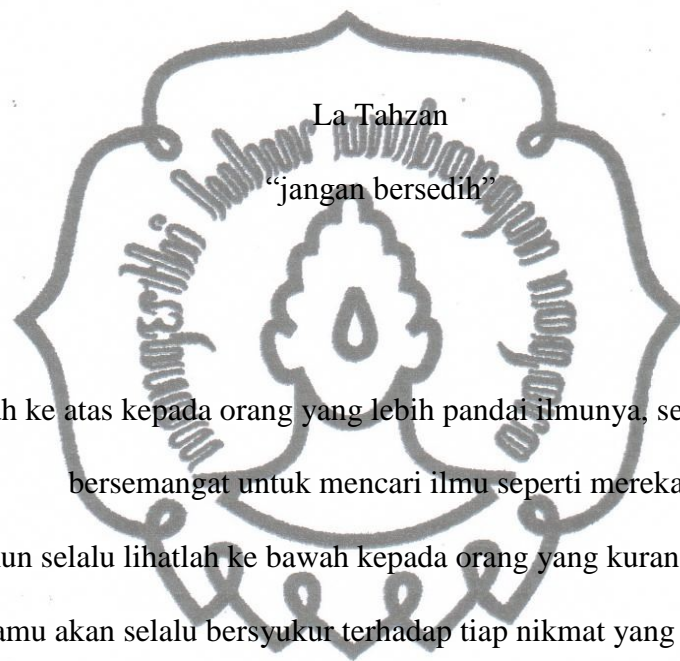
Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji T) motivasi dan sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik mizone. Hal ini ditunjukkan dengan nilai Sig. motivasi sebesar 0,013 dan nilai Sig.sikap 0,000 (Sig. < 0,05). Secara bersama-sama, motivasi, persepsi dan sikap konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mizone. Terbukti nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Motivasi, Persepsi, Sikap, Keputusan Pembelian

MOTTO

Man Jadda Wa Jada

“Siapa bersungguh-sungguh, maka dia akan berhasil”



Lihatlah ke atas kepada orang yang lebih pandai ilmunya, sehingga kamu bersemangat untuk mencari ilmu seperti mereka.

Namun selalu lihatlah ke bawah kepada orang yang kurang hartanya, Maka kamu akan selalu bersyukur terhadap tiap nikmat yang Allah berikan.

(Nasihat dari Ayahanda tercinta)

Tugas Akhir ini aku persembahkan untuk:

Ibunda Nanik Suprihatin, Abah Mundofir tercinta

Kakak tercinta, Irna Putra Maksam,

Adik-adik ku Zulzil Putriana dan Abdillatus Syifa' Annur,

Terima kasih untuk inspirasi, motivasi serta doanya,

Semoga Allah selalu menyayangi dan melindungi kalian

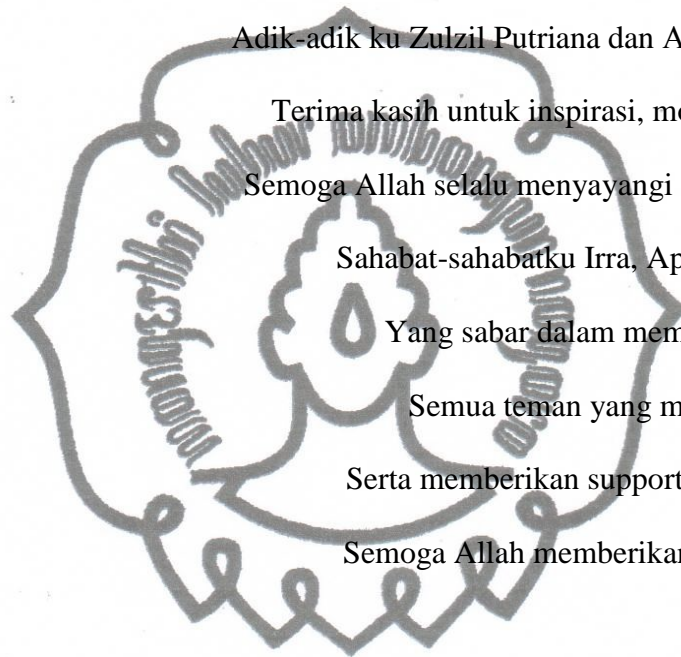
Sahabat-sahabatku Irra, April, Mbak Nina

Yang sabar dalam memotivasi aku

Semua teman yang membantu,

Serta memberikan support, terima kasih.

Semoga Allah memberikan yang terbaik.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa pemilik semesta alam yang telah melimpahkan segala rahmat serta kasihnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN ISOTONIK MIZONE (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS MIPA UNS)” dengan baik.

Tugas Akhir ini merupakan syarat yang harus dipenuhi penulis untuk mendapatkan gelar Ahli Madya D3 Farmasi Universitas Sebelas Maret Surakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, tidak luput dari bantuan, bimbingan, semangat serta dukungan dari berbagai pihak.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu dan Abah yang telah memberikan cinta dan sayang, ilmu, materi, motivasi, serta do'a dengan penuh kesabaran dan keikhlasannya kepada penulis.
2. Prof. Ir. Ari Handono R, M.Sc (Hons), Ph.D, selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Ahmad Ainurofiq, M.Si, Apt, selaku Ketua Program Studi D3 Farmasi Universitas Sebelas Maret.
4. Fea Prihapsara, M.Sc, Apt, selaku Dosen Pembimbing tugas akhir atas segala bimbingan, ilmu, kesabaran serta motivasi dalam membimbing penulis.

commit to user

5. Segenap Dosen pengajar dan staff jurusan D3 Farmasi yang telah banyak memberikan ilmu, inspirasi serta dukungan selama ini.
6. Sahabat dan keluarga tersayang yang telah memberikan motivasi, inspirasi serta kasih sayangnya kepada penulis.
7. Teman-teman D3 Farmasi yang menjadi teman seperjuangan selama ini, yang memberikan inspirasi dan dukungan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang mempunyai peran dalam membantu penyelesaian tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak sebagai dukungan positif yang bermanfaat untuk semua pihak. Penulis berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk penulis lain.

Surakarta,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
ABSTRACT.....	iv
INTISARI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Konsumen.....	7
B. Motivasi Konsumen.....	7
C. Persepsi Konsumen.....	9
D. Sikap Konsumen.....	10
E. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	12
1. Pengenalan Kebutuhan.....	13
2. Pencarian Informasi.....	13
3. Evaluasi Alternatif.....	14
4. Keputusan Pembelian.....	15
5. Perilaku Pasca Pembelian.....	15
F. Minuman Isotonik.....	16

G. Landasan Teori.....	17
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian.....	17
2. Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian.....	18
3. Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian.....	19
4. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian.....	20
H. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Subyek Penelitian.....	22
C. Instrumen Penelitian.....	23
D. Definisi Operasional.....	25
E. Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	26
F. Analisis Data.....	27
1. Analisis Angka Indeks.....	27
2. Uji Asumsi Klasik.....	28
2.1. Uji Normalitas.....	28
2.2. Uji Multikolinearitas.....	29
2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	30
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	30
3.1. Uji F (Uji Simultan).....	31
3.2. Uji T (Uji Parsial).....	32
3.3. Koefisien Determinasi (R^2).....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
2. Deskripsi Responden Berdasarkan Biaya Pengeluaran Setiap Bulan.....	34
B. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	34
1. Uji Validitas.....	34
2. Uji Reliabilitas.....	36

C. Statistika Deskriptif.....	37
1. Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Motivasi Konsumen.....	38
2. Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Persepsi Konsumen.....	40
3. Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Sikap Konsumen.....	41
4. Analisis Indeks Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian.....	42
D. Analisis Data.....	44
1. Uji Asumsi Klasik.....	44
a. Uji Normalitas.....	44
b. Uji Heteroskedastisitas.....	45
c. Uji Multikolinearitas.....	45
2. Analisis Regresi.....	47
a. Uji F (Uji Simultan).....	47
b. Uji T (Uji Parsial).....	47
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	49
d. Persamaan Regresi Linear Berganda.....	49
3. Pengujian Hipotesis.....	51
E. Keterbatasan.....	54
F. Implikasi Manajerial.....	55
BAB V PENUTUP.....	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel I.	Produk Minuman Isotonik Yang Terdaftar di Indonesia Tahun 2013.....	2
Tabel II.	Daftar Harga Minuman Isotonik.....	3
Tabel III.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pencarian Informasi.....	14
Tabel IV.	Daftar Item Pertanyaan Setiap Indikator Kuesioner.....	23
Tabel V.	Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	24
Tabel VI.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel VII.	Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya pengeluaran Setiap Bulan.....	34
Tabel VIII.	Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel IX.	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel X.	Frekuensi Jawaban Variabel Motivasi Konsumen.....	38
Tabel XI.	Frekuensi Jawaban Variabel Persepsi Konsumen.....	40
Tabel XII.	Frekuensi Jawaban Variabel Sikap Konsumen.....	41
Tabel XIII.	Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	42
Tabel XIV.	Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel XV.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	45
Tabel XVI.	Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel XVII.	Korelasi Antar Variabel.....	46
Tabel XVIII.	Hasil Uji F (Uji Simultan).....	47
Tabel XIX.	Hasil Uji T (Uji Parsial).....	48
Tabel XX.	Koefisien Determinasi (R^2).....	49
Tabel XXI.	Hasil Uji Regresi Linear.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Model Proses Keputusan Pembelian Kerangka Konseptual.....	13
Gambar 2.	Skema Model Penelitian.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian Sebelum Uji Validitas.....	62
Lampiran 2.	Kuesioner Penelitian Setelah Uji validitas.....	64
Lampiran 3.	Uji Validitas.....	66
	a. Uji Validitas Sebelum Modifikasi.....	66
	b. Uji Validitas Setelah Modifikasi.....	67
Lampiran 4.	Uji Reliabilitas.....	68
Lampiran 5.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Lampiran 6.	Responden Berdasarkan Uang Saku Setiap Bulan.....	69
Lampiran 7.	Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	70
Lampiran 8.	Histogram Uji Normalitas.....	71
Lampiran 9.	Normal P-Plot.....	71
Lampiran 10.	Tabulasi Data Jawaban Variabel Motivasi Konsumen.....	72
Lampiran 11.	Tabulasi Data Jawaban Variabel Persepsi Konsumen.....	73
Lampiran 12.	Tabulasi Data Jawaban Variabel Sikap Konsumen.....	74
Lampiran 13.	Tabulasi Data Jawaban Variabel Keputusan Konsumen.....	75