

**“EVALUASI FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN”**

(Studi Kasus pada Produk Olahan Susu (Fresh Time)

di Koperasi Peternak Susu Bandung Utara – Lembang)

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Program

Studi S1 Manajemen

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nabilah Adlinissa

C 1140215

Dosen Pembimbing:

Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2019

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : “Evaluasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi
Keputusan Pembelian Konsumen”
(Studi Kasus pada Produk Olahan Susu (Fresh
Time) di Koperasi Peternak Susu Bandung Utara
– Lembang)

Nama Mahasiswa : Nabilah Adlinissa

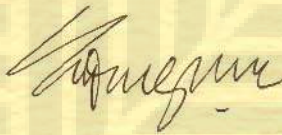
Nomor Pokok : C1140215

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti

Direktur Program Studi S1-Manajemen

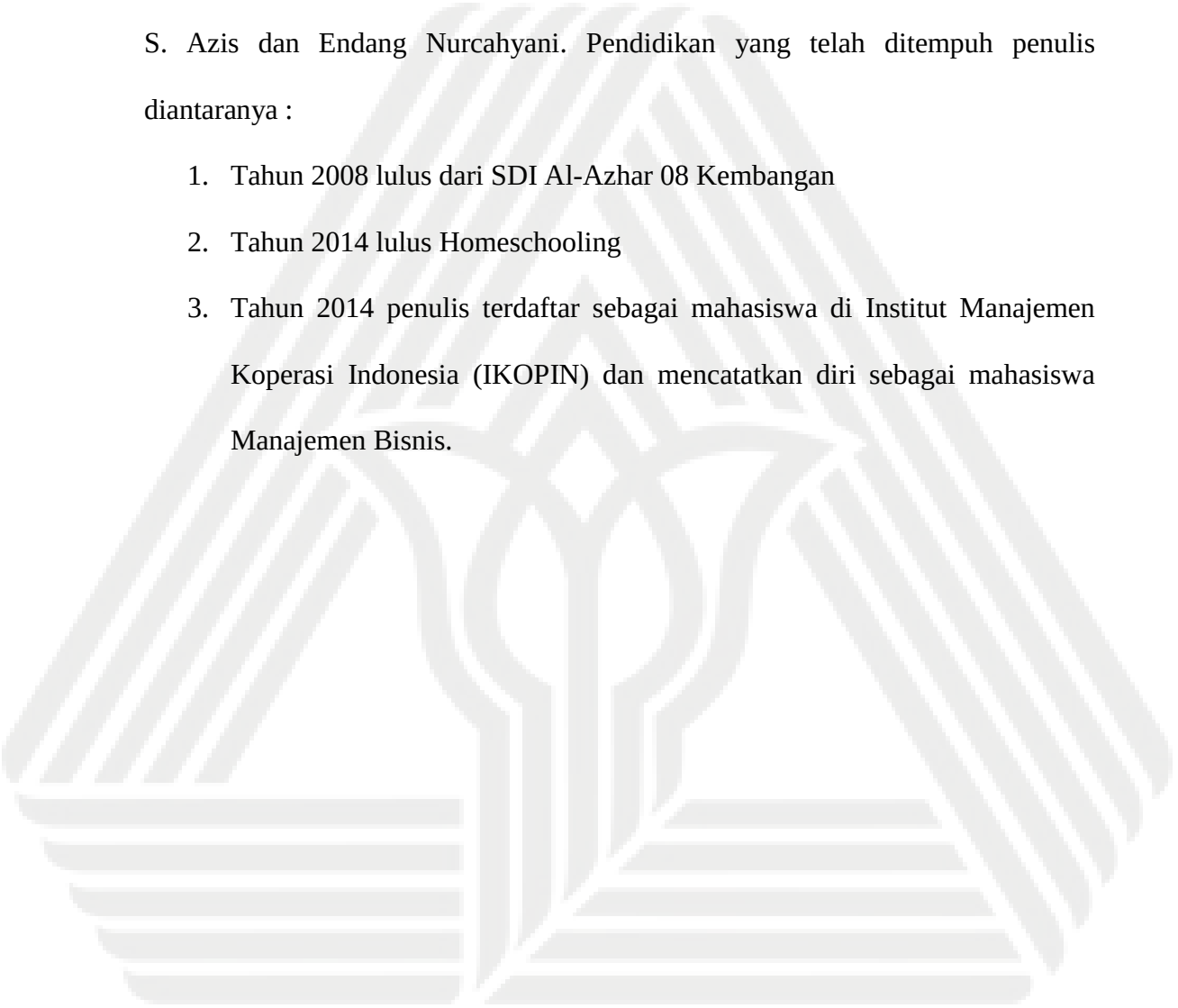


Dr. H. Giyanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan pada tanggal 17 Mei 1995 di Jakarta dari keluarga Johan S. Azis dan Endang Nurcahyani. Pendidikan yang telah ditempuh penulis diantaranya :

1. Tahun 2008 lulus dari SDI Al-Azhar 08 Kembangan
2. Tahun 2014 lulus Homeschooling
3. Tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dan mencatatkan diri sebagai mahasiswa Manajemen Bisnis.



IKOPIN

ABSTRACT

Nabilah Adlinissa (C 1140215), *Analysis of Factors Affecting Consumer Purchasing Decisions (Case Study on Dairy Products (Fresh Time) in Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara - Lembang under the guidance of Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti.*

Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang is a production cooperative which their members are residents who work as dairy farmers in the Lembang region. The cooperative has six business units, namely the Milk Production Business Unit, the mini-market Business Unit, the Milk Processing Business Unit, the Feed Concentrate Business Unit, the Cow Husbandry Business Unit, and the Business Unit of Credit. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang in selling dairy products offered has decreased from 2016 to 2017. The increase of products' selling price which has increased every year due to the constant selling price of products, this is allegedly because the cooperative assessed the products' selling price based on the quality of milk that sold by Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang.

The results of the research using the marketing mix stages as the factors that affect consumer purchasing decisions on their dairy products, it is known that the results of the analysis by these factors using incidental sampling techniques, that in terms of promotions carried out by cooperative are still very lacking, but from the terms of the product and the terms of price, they have gone well.

By this thesis research, it is expected that the dairy manufacturer unit can influence consumer purchasing decisions on their dairy products by increasing their terms of promotion using the existing marketing mix stages.

IKOPIN

ABSTRAK

Nabilah Adlinissa (C 1140215), Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Produk Olahan Susu (Fresh Time) di Koperasi Peternak Susu Bandung Utara – Lembang di bawah bimbingan Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti.

Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang merupakan koperasi produksi yang beranggotakan penduduk yang berprofesi sebagai peternak sapi perah di kawasan Lembang. Koperasi ini memiliki enam unit usaha, yaitu Unit Usaha Produksi Susu, Unit Usaha Waserda, Unit Usaha Pengolahan Susu, Unit Usaha Pakan Konsentrat, Unit Usaha Peternakan Sapi, dan Unit Usaha Perkreditan. Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang dalam melakukan penjualan produk olahan susu yang ditawarkan mengalami penurunan dari tahun 2016 ke tahun 2017. Kenaikan harga jual produk yang mengalami kenaikan setiap tahunnya dikarenakan harga jual produk yang tidak tetap, hal tersebut diduga karena koperasi menilai harga jual produk berdasarkan kualitas susu yang dijual.

Hasil penelitian skripsi dengan menggunakan tahap – tahap bauran pemasaran sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, diketahui bahwa hasil dari analisis faktor-faktor tersebut yang menggunakan teknik sampling insidental, bahwa dari segi promosi yang dilakukan oleh koperasi masih sangat kurang, akan tetapi dari segi produk dan dari segi harga sudah berjalan dengan baik.

Dengan adanya penelitian skripsi ini, diharapkan pihak pengolahan susu dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk olahan susu yang mereka tawarkan dengan cara meningkatkan kembali dari segi promosi menggunakan tahap-tahap bauran pemasaran yang sudah ada.

IKOPIN

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan nikmat sehat serta lahir batin. Shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan Rasul pembawa rahmat dan tauladan bagi seluruh umat manusia, Muhammad SAW.

Alhamdulillah atas ridho-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan pada Konsentrasi Manajemen Bisnis Program Studi Strata 1 (S-1) Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN) dengan judul “Evaluasi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Produk Olahan Susu (Fresh Time) di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara – Lembang”.

Dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya untuk semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materiil. Khususnya kepada Ibu dan Ayah yang selalu memberikan do'a, kasih sayang dan supportnya yang memberikan semangat berjuang, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini semoga Allah SWT membalas kebaikan Ibu dan Ayah. Teruntuk kedua adikku serta Ibu dan Ayah, terima kasih atas do'a dan motivasinya. Ucapan terima kasih penulis sampaikan juga kepada :

1. Yang terhormat Ibu Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M.Ti selaku Dosen Pembimbing, terimakasih atas kesempatan dan waktu yang diberikan

untuk melakukan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.

2. Yang terhormat Ibu DR. Hj. Yuanita Indriani, Ir., M.Si selaku Dosen Penelaah Konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahan sehubungan dengan konsentrasi yang penulis alami, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
3. Yang terhormat Bapak Drs. Dadan Hamdani, MM selaku Dosen Penelaah Koperasi yang telah memberikan masukan dan arahan sehubungan dengan koperasi yang penulis teliti, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
4. Yang terhormat Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc selaku Direktur Program Studi S1 yang telah banyak membantu saya dalam proses kelulusan saya.
5. Yang terhormat Ibu Yeni Wipartini, SE., M.Ti selaku Wakil Direktur Program Studi S1 yang telah memberikan semangatnya kepada saya.
6. Kepada pengurus, pengawas, dan karyawan Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara Lembang, terutama kepada Sekretaris, Bapak Drh. Ramdan Sobahi, kepada Pengawas, Bapak Ir. H. Asep Hamdani, dan Kepala Bagian Pengolahan Susu, Bapak Jajang Samyah, yang telah banyak membantu melengkapi kebutuhan data skripsi penulis.
7. Sekali lagi penulis ucapkan kepada orang tua tercinta yang banyak memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis baik secara moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih juga karena telah memberikan alasan untuk penulis agar tetap hidup sampai saat ini.

8. Kepada keluarga besar H. Soenarno, terima kasih banyak atas do'a dan dukungan yang diberikan selama ini.
9. Kepada sahabat saya, Nikita Permata Ervitya, terima kasih atas dukungan dan bantuan yang selalu diberikan, terutama ide-ide dan gagasan-gagasannya yang sangat bermanfaat bagi saya. Terima kasih banyak pula karena telah dengan setia menemani saya sejak semester 2 saya berkuliah di Institut Koperasi Indonesia.
10. Kepada Iman Firmansyah yang selalu siap sedia di saat saya membutuhkan tumpangan untuk pulang, kepada Ferdi Giar Rusmana yang selalu melontarkan canda dan menjadikan foto-foto saya sebagai tempelan untuk meledek saya, dan kepada Fransisco Napitupulu yang telah menjadi sosok kakak laki-laki bagi saya, terima kasih banyak karena telah menjadi teman dekat saya dan memberikan support secara moral.
11. Kepada Paman dan Bibi saya, Bapak Isra Noor dan Ibu Endang Yuni Setyowati, terima kasih banyak karena selama ini telah dengan sabar memberikan dukungan dan masukan perihal skripsi yang disusun oleh penulis.
12. Kepada kakak sepupu saya, Hardiansyah, terima kasih banyak atas bantuannya selama pengambilan data guna menyusun skripsi ini.
13. Kepada Laras, Mas Agung, Alice, Mba Novi, Bang Hamdi, Mba Dara, Mba Vish, Oom Aldi, Oom Raken, Oom Hengky, Bunda Jes, Oom Sam, Teh Elle, dan semua teman-teman pena saya yang telah memberikan dukungan tiada henti.

14. Kepada seluruh karyawan Rumah Makan Organik Saung Nini, terima kasih banyak atas dukungan dan do'a serta tawa dan canda yang kalian berikan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan kemampuan, wawasan, dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik demi perbaikan dan kelengkapan skripsi ini sangat penulis harapkan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukan. Semoga Allah SWT meridhoi apa yang telah mereka berikan kepada penulis, dan menjadikan sesuatu yang bernilai ibadah.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Jatinangor, Agustus 2019

Penulis

IKOPIN

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Maksud Penelitian.....	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Aspek Teoritis	9
1.4.2 Aspek Guna Laksana.....	9
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....	10
2.1 Pendekatan Masalah.....	10
2.1.1 Pendekatan Perkoperasian.....	10
2.1.2 Manajemen Bisnis.....	21
2.1.3 Pendekatan Perilaku Konsumen.....	22
2.1.4 Pengambilan Keputusan Pembelian.....	23

2.1.5 Pendekatan Bauran Pemasaran	26
2.1.6 Alur Kerangka Berpikir.....	34
2.2 Metode Penelitian.....	35
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan	35
2.2.2 Data yang Diperlukan	35
2.2.3 Sumber Data.....	38
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
2.2.5 Teknik Penarikan Sampel	39
2.2.6 Rancangan Analisis Data	39
2.2.7 Tempat Penelitian.....	42
2.2.8 Jadwal Waktu Penelitian.....	42
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	43
3.1 Keadaan Wilayah KPSBU Lembang	43
3.1.1 Keadaan Fisik.....	43
3.1.2 Keadaan Sosial.....	43
3.1.3 Keadaan Ekonomi	44
3.2 Keadaan Umum Organisasi.....	45
3.2.1 Sejarah Terbentuknya Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara.....	45
3.2.2 Struktur Organisasi Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU)	47
3.2.3 Keanggotaan.....	62
3.2.4 Kegiatan Usaha KPSBU Lembang	63
3.2.5 Keadaan Permodalan dan Keuangan KPSBU Lembang.....	68
3.2.6 Konsep Syari'ah pada KPSBU Lembang	78

3.2.7 Prestasi yang Pernah Diraih	79
3.2.8 Instansi dan Organisasi Terkait.....	80
3.3 Implementasi Jati diri Koperasi pada KPSBU	82
3.3.1 Definisi Koperasi	82
3.3.2 Nilai-nilai Koperasi.....	82
3.3.3 Prinsip-Prinsip Koperasi	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	86
4.1 Identitas Responden	86
4.1.1 Usia	86
4.1.2 Jenis Kelamin	87
4.1.3 Tempat Tinggal/Domisili.....	88
4.1.4 Pelanggan Tetap atau Pelanggan Baru.....	89
4.2 Pembahasan.....	89
4.2.1 Produk (<i>Product</i>).....	90
4.2.2 Harga (<i>Price</i>).....	95
4.2.3 Distribusi (<i>Place</i>)	99
4.2.4 Promosi (<i>Promotion</i>).....	104
4.2.5 Upaya-upaya yang Harus Dilakukan	108
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1 Kesimpulan	113
5.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN-LAMPIRAN	122

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Penjualan Produk Olahan Susu	5
Tabel 1.2 Rekapitulasi Penjualan Produk Olahan Susu KPSBU 2014 – 2018	6
Tabel 2.1 Nilai-nilai Koperasi.....	19
Tabel 2.2 Analisis Jawaban Responden Terhadap Setiap Indikator dari Masing-masing Variabel.....	40
Tabel 3.1 Perkembangan Jumlah Anggota KPSBU Lembang 2014 – 2018	62
Tabel 3.2 Perkembangan Pendapatan Unit Pakan Konsentrat 2014 – 2018.....	64
Tabel 3.3 Perkembangan Pendapatan Unit Pengolahan Susu 2014 – 2018.....	65
Tabel 3.4 Perkembangan Pendapatan Unit Waserda Tahun 2014 – 2018	66
Tabel 3.5 Perkembangan Pendapatan Unit Peternakan Sapi 2014 – 2018	66
Tabel 3.6 Perkembangan Pendapatan Unit Perkreditan Tahun 2014 – 2018.....	67
Tabel 3.7 Perkembangan Modal Sendiri KPSBU Lembang 2014 – 2018.....	68
Tabel 3.8 Perkembangan Modal Asing KPSBU Lembang 2014 – 2018.....	69
Tabel 3.9 Perkembangan Struktur Modal KPSBU Lembang 2014 – 2018..	70
Tabel 3.10 Perkembangan Likuiditas KPSBU Lembang Tahun 2014 – 2018	71
Tabel 3.11 Perkembangan Solvabilitas KPSBU Lembang Tahun 2014 – 2018...	72
Tabel 3.12 Perkembangan Aktivitas KPSBU Lembang Tahun 2014 – 2018.....	74
Tabel 3.13 Perkembangan Rentabilitas Modal Sendiri KPSBU Lembang Tahun 2014 – 2018	75
Tabel 3.14 Perkembangan Rentabilitas Ekonomi KPSBU Lembang Tahun 2014 – 2018	77
Tabel 3.15 Implementasi Nilai-nilai Koperasi pada KPSBU Lembang	83

Tabel 3.16 Implementasi Prinsip-prinsip Koperasi pada KPSBU Lembang	84
Tabel 4.1 Jawaban Responden Terhadap Kesesuaian Rasa Produk	90
Tabel 4.2 Jawaban Responden Terhadap Kemudahan dalam Mengingat Merek Produk (<i>Fresh Time</i>).....	91
Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Varian Rasa Produk Olahan Susu	93
Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Variasi Ukuran Kemasan Produk	94
Tabel 4.5 Jawaban Responden Terhadap Harga yang Diberikan	96
Tabel 4.6 Jawaban Responden Terhadap Pemberian Potongan Harga	97
Tabel 4.7 Jawaban Responden Terhadap Kemudahan Transaksi Pembelian	98
Tabel 4.8 Jawaban Responden Terhadap Perbandingan Harga dengan Pe.....	99
Tabel 4.9 Fungsi Pemasaran dan Penciptaan Kegunaan	100
Tabel 4.10 Jawaban Responden Terhadap Kemudahan dalam Menemukan Produk	101
Tabel 4.11 Jawaban Responden Terhadap Kemudahan dalam Menjangkau Lokasi Produk Dijual.....	102
Tabel 4.12 Jawaban Responden Terhadap Ketersediaan Lahan Parkir di Lokasi	103
Tabel 4.13 Jawaban Responden Terhadap Kenyamanan Lokasi	103
Tabel 4.14 Jawaban Responden Terhadap Promosi dengan Cara Mengiklankan Produk.....	105
Tabel 4.15 Jawaban Responden Terhadap Promosi Potongan Harga	105
Tabel 4.16 Jawaban Responden Terhadap Sponsorship Acara.....	106

Tabel 4.17 Jawaban Responden Terhadap Ketertarikan Pembelian Produk

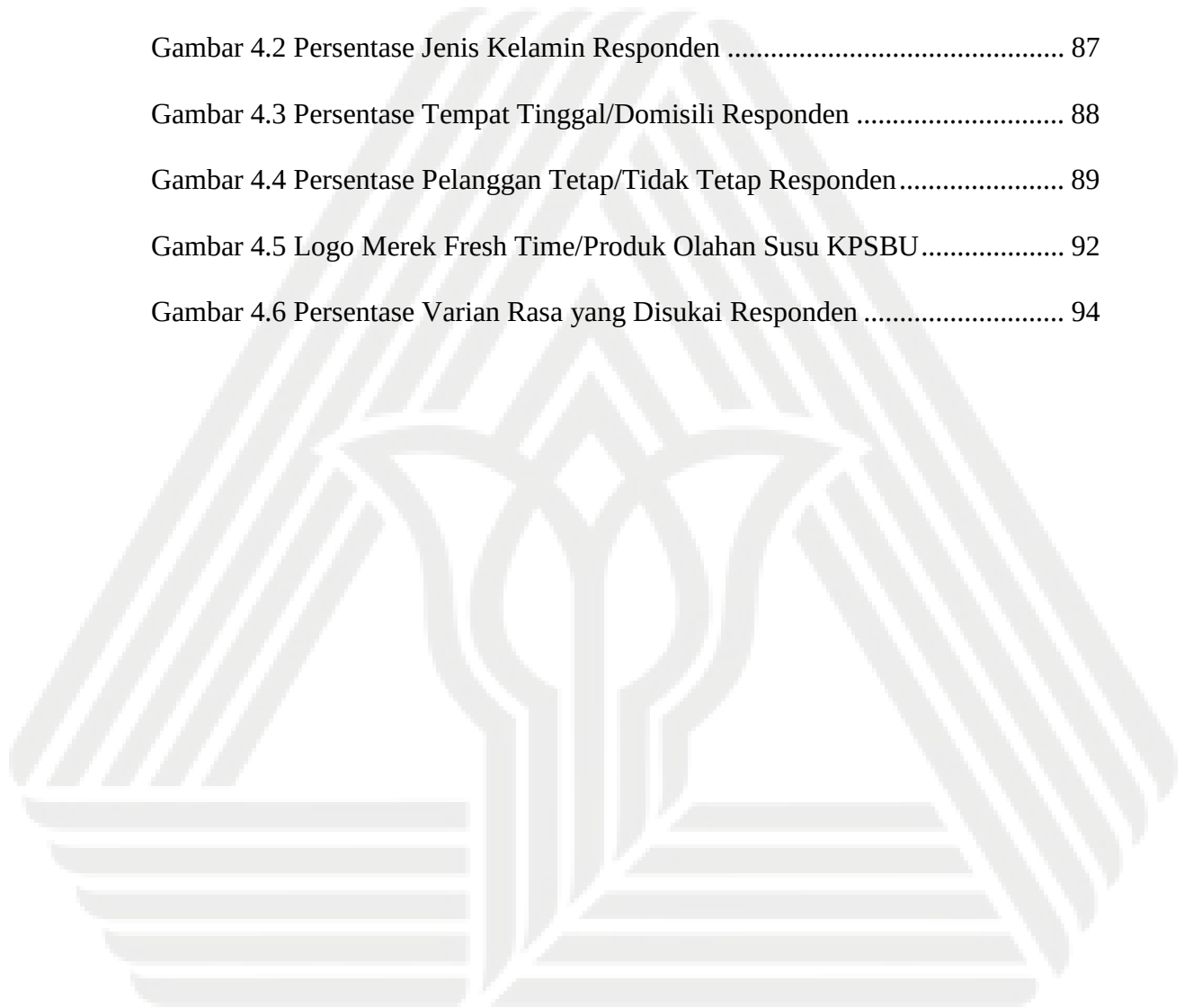
Berdasarkan Promosi-promosi yang Dilakukan..... 107



IKOPIN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Persentase Usia Responden	86
Gambar 4.2 Persentase Jenis Kelamin Responden	87
Gambar 4.3 Persentase Tempat Tinggal/Domisili Responden	88
Gambar 4.4 Persentase Pelanggan Tetap/Tidak Tetap Responden.....	89
Gambar 4.5 Logo Merek Fresh Time/Produk Olahan Susu KPSBU	92
Gambar 4.6 Persentase Varian Rasa yang Disukai Responden	94



IKOPIN