

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan kali ini ialah mengenai pabrik es dumpi agung yang tiap tahun mengalami penurunan penjualan es baloknya. Oleh karena itu penelitian ini ingin melihat variabel apakah yang mempengaruhi keputusan pembelian dari para konsumen es balok ini. Dalam keputusan pembelian ini variabel yang diteliti ialah harga, kualitas produk, cara penjualan, bentuk produk, dan distribusi. Pengolahan data yang dilakukan akan memakai metode regresi logistik, yang dimana akan melihat seberapa jauh tingkat pengaruh dari variabel yang diteliti terhadap keputusan pembelian dari konsumen. dari hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap lima variabel tersebut di atas, didapatkan hasil bahwa semua variabel berpengaruh kepada keputusan pembelian es balok pabrik es dumpi agung, tapi yang paling besar tingkat pengaruhnya ialah harga dari es balok tersebut. Dapat dilihat dari data bahwa variabel harga memiliki $P_{\text{value}} 0.001 < 0.05$ dengan $\exp(B)$ 13.399, itu berarti bahwa variabel harga memiliki pengaruh 13.399 kali pada keputusan pembelian konsumen jika harga dari es balok berubah. Namun dalam uji regresi logistik serentak yang dilakukan pada semua variabel tidak terdapat variabel yang signifikan, tapi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang cukup besar dalam keputusan pembelian es balok karena memiliki nilai $\exp(B)$ 63.261.

Kata kunci: es balok, keputusan pembelian, regresi logistik

ABSTRACT

Research conducted this time is about the ice plant's annual grand dumpi sales decreased ice beam. Therefore, this study wanted to see if the variables that influence the purchasing decision of the consumer's ice beam. In this purchase decision variables studied are price, product quality, the way sales, product shape, and distribution. Data processing will use logistic regression method, which which will see how far the level of the variables studied pengaruh on purchase decisions of consumers. of the research that has been done on five of these variables, the results obtained bawahwa all influential variables to purchasing decisions ice block ice plants dumpi grand, but the greatest degree of influence is the price of the ice cubes. Can be seen from the data that the variable price has pvalue $0.001 > 0.05$ with exp (B) 13 399, it means that the price variable has 13 399 times the effect on consumer purchasing decisions if the price of ice cubes changed. However, in the logistic regression test simultaneously performed on all variables there are significant variables, but it is known that the variable quality of the products has a considerable influence in purchasing decisions because of ice blocks have a value of exp (B) 63 261.

Keywords: ice blocks, purchasing decisions, logistic regression

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
1.6 Asumsi -Asumsi	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Deskripsi PE Dumpi Agung	5
2.2 Keputusan Pembelian	12
2.3 Harga	14
2.4 Kualitas Produk	15
2.5 Promosi.....	17
2.6 Bentuk Produk.....	19
2.7 Regresi Logistik	20
2.8 Posisi Penelitian	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Variabel Penelitian	22
3.3 Tempat dan Waktu	23
3.4 Jenis/Tipe Data	23
3.5 Peralatan dan Bahan Penelitian	24

3.5.1 Alat	24
3.5.2 Bahan.....	24
3.6 Prosedur Pengambilan Data	24
3.7 Jumlah Sampel dan Kriteria Responden	24
3.8 Model Dasar dan Rancangan Kuisisioner.....	25
3.9 Kerangka Konseptual	27
3.10 Metode Penyelesaian.....	27
3.10.1 Survey Lapangan	27
3.10.2 Identifikasi Masalah.....	27
3.10.3 Studi Literatur	28
3.10.4 Pengambilan Data	28
3.10.5 Pengolahan Data	28
3.10.6 Analisa dan Pembahasan	28
3.10.7 Kesimpulan dan Saran	29
3.11 Diagram Alir Penelitian.....	30
BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen.....	31
4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	31
4.3 Karakteristik Responden	32
4.3.1 Karakteristik Responden Jenis kelamin.....	33
4.3.2 Karakteristik Responden Tingkat Pendapatan.....	33
4.3.3 Karakteristik Responden Bidang usaha	33
4.4 Hasil Analisis Regresi Logistik.....	34
4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	34
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	37
4.4.3 Pengaruh Cara Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
4.4.4 Pengaruh Bentuk Produk Terhadap Keputusan Pembelian	41
4.4.5 Pengaruh Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian	44
4.4.6 Pengaruh Semua Variabel pada Keputusan Pembelian	46
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Posisi Penelitian	21
Tabel 3.2 kuisisioner variabel harga	25
Tabel 3.3 kuisisioner variabel kualitas produk	25
Tabel 3.4 kuisisioner variabel promosi.....	26
Tabel 3.5 kuisisioner variabel bentuk produk.....	26
Tabel 3.6 kuisisioner variabel keputusan pembelian	26
Tabel 4.8 hasil uji validitas	30
Tabel 4.9 hasil uji reliabilitas	31
Tabel 4.10 <i>Variables in the Equation</i>	35
Tabel 4.11 <i>Omnibus test of model coefficients</i>	35
Tabel 4.12 <i>Variables in the Equation</i>	36
Tabel 4.13 <i>Variables in the Equation</i>	37
Tabel 4.14 <i>Omnibus Tests of Model Coefficients</i>	37
Tabel 4.15 <i>Variables in the Equation</i>	38
Tabel 4.16 <i>Variables in the Equation</i>	39
Tabel 4.17 <i>Variables in the Equation</i>	40
Tabel 4.18 <i>Omnibus Tests of Model Coefficients</i>	40
Tabel 4.19 <i>Variables in the Equation</i>	42
Tabel 4.20 <i>Variables in the Equation</i>	42
Tabel 4.21 <i>Omnibus Tests of Model Coefficients</i>	43
Tabel 4.22 <i>Variables in the Equation</i>	44
Tabel 4.23 <i>Variables in the Equation</i>	44
Tabel 4.24 <i>Omnibus Tests of Model Coefficients</i>	45
Tabel 4.25 <i>Variables in the Equation</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram hasil penjualan produk	1
Gambar 2.2 Alur pembuatan es.....	10
Gambar 3.3 Kerangka Konseptual	27
Gambar 3.4 Diagram alir penelitian.....	20
Gambar 4.5 Gambar diagram pie jenis kelamin.....	32
Gambar 4.6 Gambar diagram pie tingkat pendapatan.....	33
Gambar 4.7 Gambar diagram pie bidang usaha	34