

Segala Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya seta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Merek, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Deterjen Merek Rinso Di Desa Tanjung Selamat Kabupaten Deli Serdang“. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Medan Area.

Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ayahanda tercinta “Suryadi A Wahab” & Ibunda tercinta “Nur Azizah” atas jerih payah dan do’anya selama ini kepada penulis”. Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk dan saran dari berbagai pihak. Untuk itu, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya’kub Matondang, MA selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sya’ad Afifuddin, SE, Mec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area dan selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan saran yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Eka Setia Dewi Tarigan, SE, MSi, selaku dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak

memberikan bimbingan dan saran yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

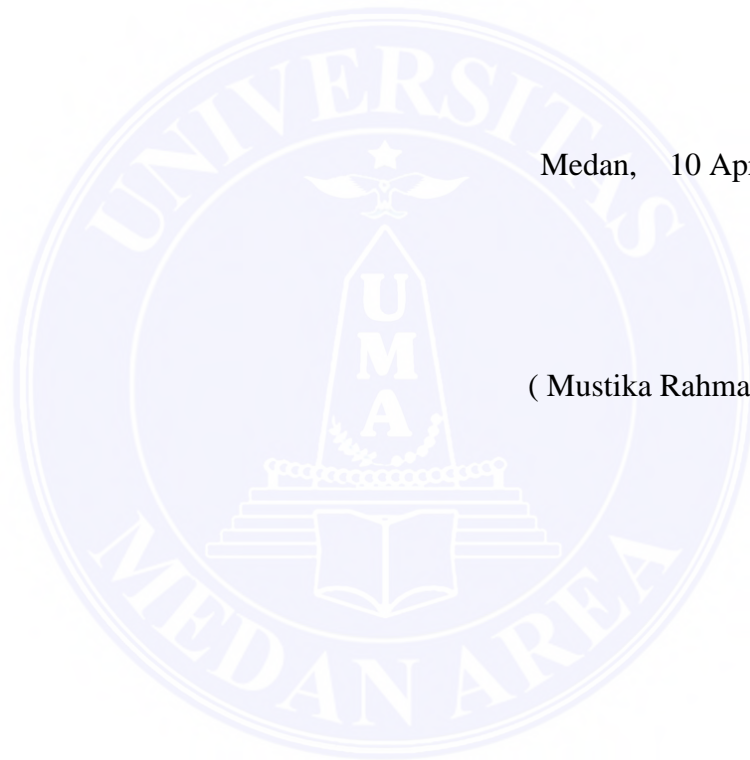
5. Bapak Ahmad Prayudi, SE, MM selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
6. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Pegawai/Karyawan yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
8. Spesial untuk Abang Ocit dan keluarga tercinta, yang telah membantu saya, yang terus memberikan semangat dan doanya dalam menyelesaikan perkuliahan ini
9. Untuk Bapak Iling/ istri dan Bapak Keplor, yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam menyelesaikan skripsi.
10. Untuk sahabat terbaik saya (Nurdalillah, Amelia Anzani, Siti Hajariah Dalimunthe, Dinda Aprianti Nasution, Irawati, Wenda Kesturi, Rahmadsyah, Cokro Sarjono) yang selalu direpotkan dan membantu penulis dalam segala hal.
11. Riri Oetari, Chyntia Anggraeni Putri, Devi Andriyani, Kirana Amanda, Ade Rohmanda,
12. Semua teman-teman stambuk 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini,

dan semoga apa yang dicita-citakan dapat terwujud dan semoga ALLAH SWT selalu memberikan yang terbaik bagi kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan bagi penelitian selanjutnya. Semoga segala bantuan yang telah diberikan dari berbagai pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari ALLAh SWT. amin.

Medan, 10 April 2015

(Mustika Rahmadani)



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I : PENDAHULUAN

A.	Latar
Belakang Masalah.....	1
B.	Rumusan
Masalah.....	4
C.	Tujuan
Penelitian	4
D.	Manfaat
Penelitian	5

BAB II : LANDASAN TEORI

A.	Landasan
Teori.....	6
B.	<i>The Theory</i>
<i>Of Reasoned Action</i>	6
1.	Keputusan
Pembelian	7
1.1.	Pengertian
keputusan pembelian	7
1.2.	Proses
keputusan pembelian	7
1.3.	Indikator
keputusan pembelian	8

2.....	Motivasi	
konsumen		9
2.1.....	Pengertian	
Motivasi Konsumen.....		9
2.2.....	Teori	
Motivasi Konsumen.....		9
2.3.....	Indikator	
Motivasi Konsumen.....		11
3.....	Persepsi	
Kualitas Merek.....		12
3.1. Pengertian Persepsi.....		12
3.2. Pengertian Persepsi Kualitas Merek.....		12
3.3. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi		13
3.4. Indikator Persepsi Kualitas Merek		14
4. Sikap Konsumen		15
4.1. Pengertian Sikap Konsumen		15
4.2. Karakteristik Sikap		15
4.3. Pembentukan Sikap.....		17
4.4. Indikator Sikap Konsumen		17
C.	Peneliti	
Terdahulu		19
D.	Kerangka	
Konseptual		20
E.....	Hipotesis	
.....		20

BAB III : METODE PENELITIAN

A.	Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian	21
B.	Populasi Dan Sampel Penelitian.....	23
C.	Defenisi Operasional	25
D.	Sumber Data.....	26
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	26
F.	Teknik Analisa Data.....	27
G.	Metode Path Analysis	28
H.	Uji Hipotesis	29

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	30
1.	Gambaran Umum Desa Tanjung Selamat	30
2.	Keadaan Geografi	31

3.....	Struktur
organisasi	32
B.	Pembahasan
.....	33
1.....	Deskripsi
Hasil Penelitian	33
2.....	Karakteristi
k Responden.....	33
3.....	Hasil
Jawaban Responden	35
4.....	Uji
Validitas Dan Realibilitas	46
5.....	Uji Regresi
Dengan Metode Path Analysis.....	48
6.....	Uji
Hipotesis	50
7.....	Pembahasan
Hasil Penelitian	51

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Daftar Tabel

Tabel 1.1	Brand Share Produk Sabun Cuci	2
Tabel 2.2	Ringkasan Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1	Rincian Waktu Penelitian	22
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	33
Tabel 4.4	Variabel Motivasi Konsumen	35
Tabel 4.8	Variabel Persepsi Kualitas	38
Tabel 4.13	Variabel Sikap Konsumen	40
Tabel 4.13	Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.18	Hasil Uji Validitas Variabel keputusan pembelia(Y_2)	46
Tabel 4.22	Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen (Y_1)	46
Tabel 4.23	Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi Konsumen (X_1)	47
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas Merek (X_2).....	47
Tabel 4.26	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y_1, Y_2, X_1, X_2 , dan X_3	48
Tabel 4.27	Persamaan Regresi Model I.....	48
Tabel 4.27	Persamaan Regresi Model II.....	49
Tabel 4.29	Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	50
Tabel 4.30	Uji Signifikan Parsial (Uji t II)	51

Daftar Gambar

Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual <i>The Theory of Reasoned Action</i> ..	6
Gambar 2.2.	Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi Desa Tanjung Selamat	32



BAB I