

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua saya atas do'a, dan dukungannya Serta yang selalu memberi motivasi dalam penyusunan skripsi. Kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area .
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area.
5. Bapak Amrin Mulia U. Nasution, SE, MM. Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini
6. Bapak Ahmad Prayudi, SE. MM. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan

bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

7. Bapak Ir. Muhammad Yamin Siregar, MM. Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
8. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
10. Semua teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
11. Dan kepada semua pihak orang dekat saya, yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Maret 2016

(Esra)

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	5
 BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Uraian Teori	7
1. Keputusan Pembelian	7
1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
1.2 Indikator Keputusan Pembelian	11
2. Perilaku Konsumen	12
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	12
2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku Konsumen	18
2.3 Indikator Kebudayaan.....	18
2.4 Indikator Sosial	19
2.5 Indikator pribadi.....	20
2.6 Indikator psikologi	22
B. Peneliti Terdahulu	23
C. Kerangka Konseptual	24
D. Hipotesis.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian	27
B. Populasi dan Sampel Penelitian	28
C. Definisi Operasional Variabel.....	29
D. Jenis dan Sumber Data	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
G. Analisis Regresi Berganda	34
H. Uji Hipotesis	35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil	36
1. Gambaran Umum Perusahaan	36
2. Visi Dan Misi Universitas Medan Area	39
3. Struktur Organisasi	40
4. Hasil Penelitian Karakteristik Responden	41
5. Hasil Jawaban Responden	41
B. Pembahasan	42
1. Uji Validitas Dan Realibilitas	50
2. Pengujian Asumsi Klasik	50
3. Uji Statistik	59
4. Uji Hipotesis Secara Simultan	61
5. Uji Hipotesis Secara Parsial	62
6. Koefisien derterminasi (R^2).....	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	71
B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Tipe - Tipe Perilaku Kosumen	14
Tabel 2.2	Model Perilaku Konsumen	16
Tabel 2.3	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	27
Tabel 3.2	Definisi Operasional	29
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert	31
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden	41
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin	41
Tabel 4.3	Frekuensi Responden Terhadap Variabel Kebudayaan	42
Tabel 4.4	Frekuensi Responden Terhadap Variabel Sosial	44
Tabel 4.5	Frekuensi Responden Terhadap Variabel Pribadi	45
Tabel 4.6	Frekuensi Responden Terhadap Variabel Psikologi	47
Tabel 4.7	Frekuensi Responden Terhadap Variabel Keputusan pembelian	48
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Kebudayaan (X_1)	50
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Sosial (X_2)	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Pribadi (X_3)	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Psikologi (X_4)	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan pembelian (Y)	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 Dan Y	54
Tabel 4.14	Hasil Uji Multikolinearitas	57
Tabel 4.15	Analisis Regresi Linier Berganda	59
Tabel 4.16	Uji F	61
Tabel 4.17	Uji t	62
Tabel 4.18	Koefisien Korelasi dan R-Square	69

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual	25
Gambar 4.1 Struktur organisasi	40
Gambar 4.2 Grafik histogram.....	55
Gambar 4.3 Kurva pp-plots	56
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	58

