



**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL KH_Q
DI KECAMATAN MEJOBO KUDUS**

Diajukan oleh :

MUHAMMAD SIRRIL WAFA

NIM. 2012-11-094

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2017**

**PENGARUH BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL KH_Q
DI KECAMATAN MEJOBO KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Pengaji Ujian
Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Tanggal , 2017

Mengetahui
Ketua ProgDi



Noor Azis, SE, MM.
NIDN. 06109107501

Pembimbing I



Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
NIDN. 0615076301

Mengetahui
Dekan,



M. Mochamad Edris, Drs, MM.
NIDN. 0618066201

Pembimbing II



Dian Wismar'ein, SE, MM.
NIDN. 0612127702



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan) kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Allahlah kamu berharap”

(QS. Alam Nasyirah : 6-8)

“Barang siapa menghendaki kebahagian hidup dunia, maka wajiblah baginya memiliki ilmu, dan barang siapa menghendaki kebahagian hidup akhirat, maka wajib pulalah baginya memiliki ilmu”.

(Al-Hadist)

Kupersembahkan kepada :

1. Kedua orang tuaku.
2. Keluarga besarku yang telah memberikan do'a dan dukungan.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan
4. Almamater kebanggaanku

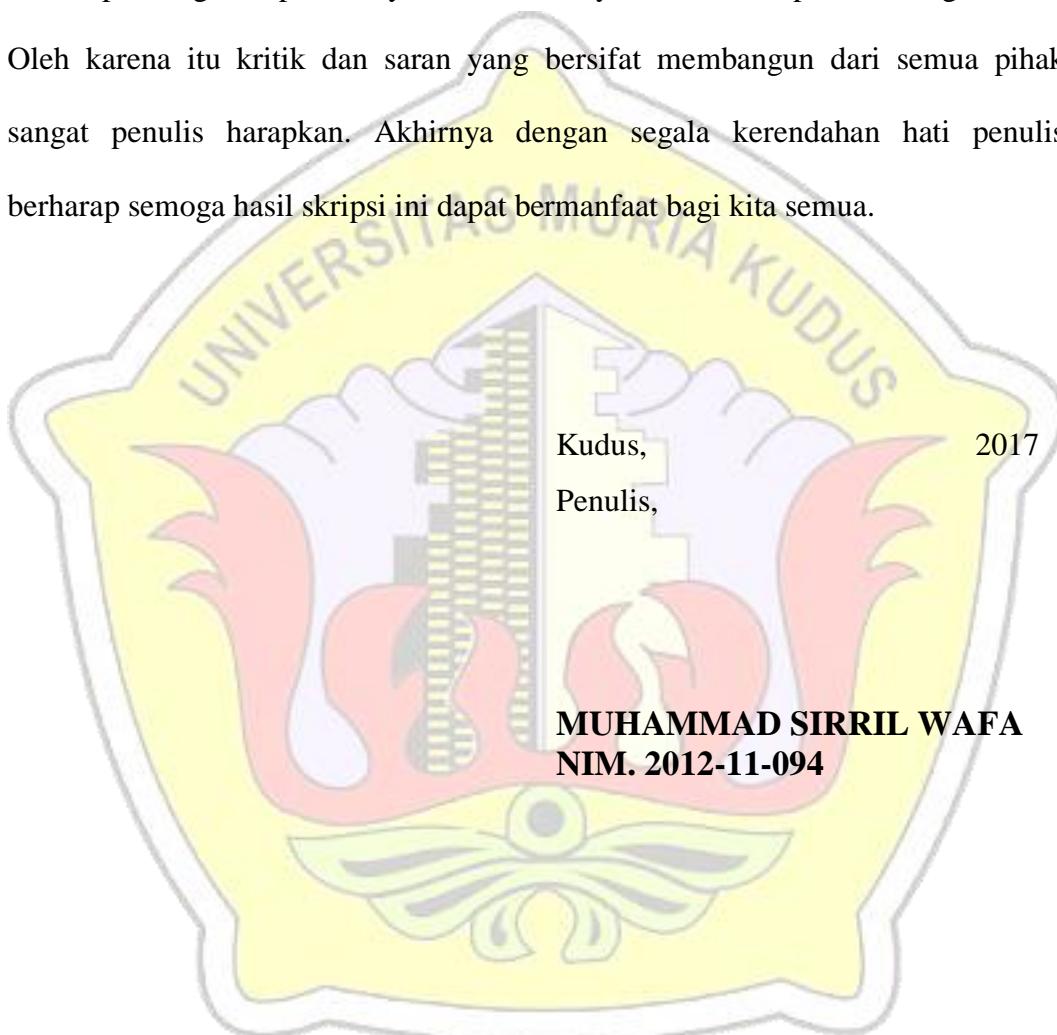
KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena dengan rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini baik. Adapun maksud penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus. Rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada:

1. Bapak Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
2. Bapak Noor Azis, SE, MM., selaku Kaprogdi Manajemen Universitas Muria Kudus.
3. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM., selaku Dosen Pembimbing I dan memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar'ein, SE. MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi.
6. Konsumen produk air mineral KH-Q di Kecamatan Mejobo Kudus yang telah membantu penulis untuk melakukan penelitian.
7. Keluargaku tercinta yang telah memberikan do'a dan restu serta dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun penulis telah berusaha dengan segenap pikiran dan kemampuan agar dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



ABSTRAKSI

PENGARUH BUDAYA, SOSIAL DAN PRIBADI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL KH_Q DI KECAMATAN MEJOBO KUDUS

**MUHAMMAD SIRRIL WAFA
NIM. 2012-11-094**

Dosen Pembimbing : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian air mineral KH_Q di Kecamatan Mejobo Kudus. Dimana diajukan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu budaya, sosial dan pribadi berperan sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian berperan sebagai variabel terikat.

Penelitian ini dilakukan dengan metode survey terhadap konsumen air mineral KH_Q di Kecamatan Mejobo Kudus dan dianalisis dengan regresi. Tahap pertama menguji validitas dan reliabilitas pertanyaan setiap variabel. Tahap kedua, meregresi variabel budaya, sosial dan pribadi terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel budaya, sosial dan pribadi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian air mineral KH_Q di Kecamatan Mejobo Kudus. Perusahaan yang memproduksi air mineral KH-Q lebih memperkuat persepsi konsumen bahwa air mineral KH-Q selain dapat menjaga kesehatan dan juga mendapat berkah dari para ulama.

Kata Kunci: budaya, sosial, pribadi dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

EFFECT OF CULTURAL, SOCIAL AND PERSONAL DECISION ON PURCHASE OF MINERAL WATER KH_Q IN THE KECAMATAN MEJOBO KUDUS

**MUHAMMAD SIRRIL WAFA
NIM. 2012-11-094**

Supervisor : 1. Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM.
2. Dian Wismar'ein, SE. MM.

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
ECONOMICS FACULTY OF MANAGEMENT STUDIES PROGRAM**

This study aimed to analyze the influence of cultural, social and personal on purchasing decisions KH_Q mineral water in Kecamatan Mejobo Kudus. Where the proposed three independent variables and the dependent variable, namely the cultural, social and personal role as the independent variable and purchasing decisions serve as the dependent variable.

This study was conducted by a survey of consumers of mineral water KH_Q in Kecamatan Mejobo Kudus and analyzed with regression. The first phase tested the validity and reliability questions for each variable. The second phase, regressed cultural variables, social and personal on purchasing decisions.

The results showed that the variables of cultural, social and personal significant positive effect on purchasing decisions KH_Q mineral water in Kecamatan Mejobo. Companies that produce mineral water KH-Q further strengthen consumer perception that mineral water KH-Q in addition to maintaining the health and also get a blessing from the scholars.

Keywords: cultural, social, personal and purchasing decisions

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Ruang Lingkup	6
1.3. Perumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Perilaku Konsumen	9
2.2. Keputusan Pembelian	17
2.3. Hubungan antar Variabel.....	20
2.4. Tinjauan Penelitian Terdahulu	23
2.5. Kerangka Pemikiran Teoritis.....	27
2.6. Hipotesis	28

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Rancangan Penelitian	29
3.2. Variabel Penelitian	29
3.3. Jenis dan Sumber Data	32
3.4. Populasi dan Sampel.....	33
3.5. Pengumpulan Data.....	35
3.6. Pengolahan Data.....	35
3.7. Uji Instrumen.....	37
3.8. Metode Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2. Uji Instrumen	43
4.3. Penyajian Data	45
4.4. Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran-saran	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1. Tabel $Z_{\alpha/2}$	34
Tabel 4.1. Hasil Pengujian Validitas	44
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	45
Tabel 4.3. Identitas Berdasarkan Umur	46
Tabel 4.4. Identitas Berdasarkan Status Perkawinan.....	46
Tabel 4.5. Identitas Berdasarkan Pendidikan.....	47
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Budaya	48
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Sosial.....	49
Tabel 4.8. Frekuensi Variabel Pribadi	50
Tabel 4.9. Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.10. Hasil Analisis Regresi	51
Tabel 4.11. Hasil Analisis Parsial.....	53
Tabel 4.12. Hasil Pengujian Berganda	56
Tabel 4.13. Nilai <i>Adjusted R Square</i> ,.....	58

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Teoritis 27

