



**PENGARUH *PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE DAN PROCESS*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
SHOWROOM BAROKAH MOTOR DI KECAMATAN
KELING KABUPATEN JEPARA**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

AGUS M YUNUS

NIM. 2007-11-115

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2011**

**PENGARUH PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE DAN PROCESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOWROOM
BAROKAH MOTOR DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA**

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



Drs. M. MASRURI, MM
NIS. 0610702010101002

Drs. H. M. ZAINURI, MM
NIS. 0610702010101026

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jadilah kamu yang mengajar atau belajar atau pendengar (mendengar orang mengaji) atau pencita (mencitai Ilmu) dan janganlah engkau jadi orang kelima (artinya tidak mengajar, tidak belajar, tidak suka mendengar pengajian dan tidak mencintai Ilmu), maka kamu akan hancur”

(H.R. Baihaqi)

“Tiap-tiap umat mempunyai batas waktu, maka bila telah datang waktunya, mereka tak dapat mengundurkannya sesaat pun dan tak dapat pula memajukannya”.

(QS:Al A'raaf : 34)

PERSEMBAHAN :

Kupersembahkan karya ini kepada :

- Kedua orang tuaku tersayang, terima kasih atas doa, dorongan dan kasih sayangnya
- Saudaraku tersayang terima kasih atas motivasi dan doronganya
- Almamaterku.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjangkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE DAN PROCESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOWROOM BAROKAH MOTOR DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA.**” Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Menyadari bahwa tesis ini dapat selesai ditulis berkat bantuan dan doa serta restu dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis dengan tulus ikhlas menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. M. Masruri, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberi ijin untuk mengadakan penelitian dalam penelitian skripsi ini.
2. Bapak Drs. Masluri, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, nasehat, bimbingan dan arahan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Bapak. Drs. H. M. Zainuri, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dian Wismar`ein, SE, MM, selaku Ketua Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan ijin untuk

melakukan penelitian serta memberikan keterangan yang penulis perlukan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan ilmu kepada penulis.
6. Bapak H. Sugianto selaku pemilik Showroom Barokah Motor yang telah memberikan ijin serta membantu dalam penulisan skripsi.
7. Ayah dan ibunda tercinta, serta saudara-saudaraku yang telah berkorban banyak buat aku sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun untuk penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mohon kritik dan saran dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Kudus,

2011

Penulis

AGUS M YUNUS
NIM. 2005-11-005

ABSTRAKSI / RINGKASAN
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN
STATUS TERAKREDITASI B
STRATA 1 2011

- A. Nama Penyusun : AGUS M YUNUS
B. Judul Skripsi : **PENGARUH *PEOPLE, PHYSICAL EVIDENCE DAN PROCESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SHOWROOM BAROKAH MOTOR DI KECAMATAN KELING KABUPATEN JEPARA**
C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 70 Tabel 15, Gambar 2
D. Ringkasan :

Pada saat ini kebutuhan sepeda motor bagi masyarakat sangat vital, menyebabkan meningkatkan permintaan masyarakat terhadap sepeda motor terus mengalami peningkatan, hal ini memberikan peluang bagi para showroom untuk memasarkan sepeda motor baik sepeda motor baru maupun bekas, sedangkan variabel yang diteliti yang berkaitan kegiatan di showroom adalah faktor *people, physical evidence dan process*..

Berkaitan dengan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut: Apakah ada pengaruh *people, physical evidence* dan *process* terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun berganda. Dan faktor-faktor manakah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada showroom Barokah Motor di Keling Kabupaten Jepara

Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *people, physical evidence* dan *process* terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun berganda. Dan Untuk menentukan faktor yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada showroom Barokah Motor di Keling Kabupaten Jepara.

Variabel dalam penelitian ini adalah meliputi: *people, physical evidence* dan *process* sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Jenis dan sumber datanya meliputi data primer dan sekunder, sampelnya sebanyak 98 responden, pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, pengolahan datanya meliputi: editing, scoring dan tabulasi. Uji instrumen dengan validitas dan reliabilitas. Analisis datanya dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan uji t dan f test.

Dengan menggunakan analisis tersebut di atas diperoleh hasil temuan penelitian sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen yang terdiri dari *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor pada showroom Barokah Motor di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara karena *People* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,735, *Physical Evidence* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,611, dan *process* memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,897 dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai $t_{hitung} >$ dari nilai t_{tabel} sebesar 1,986, dan tingkat signifikan di bawah 0,05.
- b. Secara berganda ketiga variabel independen yaitu: *People*, *Physical Evidence*, dan *process* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor pada showroom Barokah Motor di Kecamatan Keling Kabupaten Jepara yang didasarkan pada nilai F_{hitung} sebesar 266,205 $> F_{tabel}$ sebesar 2,701 dan memiliki nilai signifikan di bawah 0,05, sedangkan kontribusi ketiga variabel tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen memberikan kontribusi sebesar 92,1%, namun secara keseluruhan penilaian konsumen terhadap *People*, *Physical Evidence*, dan *process* dirasakan sudah baik.

E. Daftar buku yang digunakan : 24 (tahun 2000 -2010).

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| MOTTO DAN PERSEMPAHAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| RINGKASAN / ABSTRAKSI | vi |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Ruang Lingkup | 5 |
| 1.3 Perumusan Masalah | 6 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 7 |
| BAB II. TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1. Keputusan Pembelian Konsumen..... | 8 |
| 2.1.1. Proses Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian..... | 8 |
| 2.1.2. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Memilih | 9 |
| 2.1.3. Bauran Pemasaran | 14 |
| 2.2. Tinjauan Penelitian Terdahulu | 23 |

| | Halaman |
|---|---------|
| 2.3. Kerangka Pemikiran | 25 |
| 2.4. Hipotesis | 27 |
| BAB. III. METODE PENELITIAN | 28 |
| 3.1. Rancangan Penelitian | 28 |
| 3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel | 28 |
| 3.2.1. Identifikasi Variabel | 28 |
| 3.2.2. Definisi Operasional Variabel | 29 |
| 3.3. Jenis dan Sumber Data | 30 |
| 3.4. Populasi dan Sampel | 31 |
| 3.5. Metode Pengumpulan Data | 32 |
| 3.6. Pengolahan Data | 33 |
| 3.7. Uji Instrumen | 34 |
| 3.7.1. Uji Validitas | 34 |
| 3.7.2. Uji Reliabilitas | 35 |
| 3.7.3. Analisis Regresi | 35 |
| 3.7.4. Pengujian Hipotesis | 36 |
| 3.7.5. Analisis Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R Square</i>). | 38 |
| BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian | 39 |
| 4.1.1. Sejarah Berdiri dan Perkembangan Showroom Barokah Motor Jepara | 39 |
| 4.1.2. Lokasi Perusahaan | 40 |
| 4.1.3. Tujuan Perusahaan | 40 |

| | |
|--|----|
| 4.1.3.1. Tujuan Jangka Pendek | 40 |
| 4.1.3.2. Tujuan Jangka Panjang | 41 |
| 4.1.4. Data Operasional Barokah Motor Jepara | 41 |
| 4.1.4.1. Nama Perusahaan | 41 |
| 4.1.4.2. Bidang Usaha | 41 |
| 4.1.4.3. Ijin Usaha | 41 |
| 4.1.4.4. Pemilik | 41 |
| 4.1.5. Sumber Daya Manusia | 42 |
| 4.1.5.1. Jumlah dan Pendidikan Karyawan | 42 |
| 4.1.5.2. Jam Kerja dan Hari Kerja | 42 |
| 4.1.6. Pemasaran Produk Sepeda Motor Baru dan Bekas Layak Pakai di Kecamatan Kota Jepara | 42 |
| 4.2. Penyajian Data | 44 |
| 4.2.1. Identitas Responden | 44 |
| 4.2.2. Deskriptif Variabel Penelitian..... | 46 |
| 4.2.2.1. Penjelasan Responden Terhadap <i>People, Physical Evidence dan Process</i> | 46 |
| 4.2.2.1.1. Penjelasan Responden Terhadap <i>People</i> | 46 |
| 4.2.2.1.2. Penjelasan Responden Terhadap <i>Physical Evidence</i> | 47 |
| 4.2.2.1.3. Penjelasan Responden Terhadap <i>Process</i> | 49 |

| | |
|--|----|
| 4.2.2.2. Penjelasan Responden Terhadap Keputusan Pembelian | 50 |
| 4.3. Uji Instrumen | 52 |
| 4.3.1. Uji Validitas..... | 52 |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas | 55 |
| 4.3.3. Analisis Regresi | 56 |
| 4.3.3.1. Uji t test (Parsial) terdiri dari : (H1, H2,. Dan H3) | 59 |
| 4.3.3.2. Uji F Test (berganda) terdiri dari H4) | 62 |
| 4.4. Pembahasan Pengaruh <i>People, Physical Evidence</i> dan <i>Process</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen | 64 |
| 4.4.1. Analisis Regresi Berganda | 67 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN..... | 67 |
| 5.1. Kesimpulan | 68 |
| 5.2. Saran..... | 68 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |
| LAMPIRAN | |

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 3.1. Tabel Z (Penentuan Sampel) | 32 |
| 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 44 |
| 4.2. Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia | 45 |
| 4.3. Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan | 45 |
| 4.4. Frekuensi Variabel <i>People</i> (X_1) | 47 |
| 4.5. Frekuensi Variabel <i>Physical Evidence</i> (X_2)..... | 48 |
| 4.6. Frekuensi Variabel <i>Process</i> (X_3) | 49 |
| 4.7. Frekuensi Variabel Terhadap Keputusan Pembelian | 51 |
| 4.8. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>People</i> | 53 |
| 4.9. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Physical Evidence</i> | 53 |
| 4.10. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Process</i> | 54 |
| 4.11. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian Konsumen | 54 |
| 4.12. Definisi Variabel | 57 |
| 4.13. Hasil Analisa Regresi | 57 |
| 4.14. Hasil Analisis Parsial (Dengan Signifikansi $\alpha = 5\%$ uji dua sisi) | 59 |

DAFTAR GAMBAR

Halaman

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1. Tahap Proses Keputusan Memilih | 9 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis | 26 |



