

**PENGARUH MOTIVASI KONSUMEN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis)**

DRAFT SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**



Oleh :

**DEDE CIPTA CIPTIADI
NIM. 3402180581**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS GALUH
2022**

ABSTRAK

Dede Cipta Ciptiadi. NIM 3402180581. Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Kedai Kopi Biji Ciamis). Di bawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, SE. M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis belum sepenuhnya optimal, yang dapat dilihat dari penjualan kedai kopi biji pada periode tahun 2019 sampai dengan tahun 2021 yang terjadi penurunan penjualan. Hal tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya motivasi konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan oleh pihak perusahaan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana motivasi konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 2) Bagaimana keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis?; 3) Bagaimana pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Motivasi konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 2) Keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis; 3) Pengaruh motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah Kedai Kopi Biji Ciamis yaitu sebanyak 290 orang, sampel yang dipilih adalah sebanyak 74 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Motivasi konsumen pada Kedai Kopi Biji Ciamis adalah tinggi, hal tersebut karena berdasarkan tanggapan responden mengenai motivasi konsumen dengan indikator yang meliputi kebutuhan terhadap produk, kebutuhan mencari kenyamanan dari produk dan kebutuhan mencari kepuasan dari produk yang menunjukkan sudah tinggi; 2) Keputusan pembelian konsumen pada Kedai kopi Biji Ciamis adalah sangat tinggi, hal tersebut karena berdasarkan tanggapan responden mengenai keputusan pembelian konsumen dengan indikator yang meliputi pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian, jumlah pembelian dan metode pembayaran yang menunjukkan sangat tinggi; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan motivasi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kedai kopi Biji Ciamis. Artinya apabila motivasi konsumen sudah tinggi maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: Motivasi Konsumen dan Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iii

DAFTAR TABEL vi

DAFTAR GAMBAR..... vii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah 9

1.2.1 Identifikasi Masalah 9

1.2.2 Rumusan Masalah 10

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 11

1.4.1 Manfaat Teoritis 11

1.4.2 Manfaat Praktis 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

..... 12

2.1 Kajian Pustaka 12

2.1.1 Ilmu Manajemen 12

2.1.1.1 Pengertian Manajemen 12

2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen 13

2.1.1.3 Unsur-Unsur Manajemen 15

2.1.1.4 Bidang-Bidang Manajemen 16

2.1.2 Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.1.2.2 Tujuan Pemasaran	20
2.1.2.3 Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	21
2.1.2.4 Fungsi Pemasaran	22
2.1.2.5 Strategi Pemasaran	23
2.1.2.6 Segmentasi, <i>Targeting & Positioning</i> (STP) ...	24
2.1.2.7 Bauran Pemasaran	27
2.1.2.8 Perilaku konsumen	28
2.1.3 Motivasi Konsumen	29
2.1.3.1 Pengertian Motivasi Konsumen	29
2.1.3.2 Tujuan dan Asas Motivasi Konsumen	31
2.1.3.3 Asas Motivasi Konsumen	32
2.1.3.4 Motivasi dan Kebutuhan Manusia (Konsumen)	32
2.1.3.5 Motif-Motif Pembelian Konsumen	36
2.1.3.6 Indikator Motivasi Konsumen	38
2.1.4 Keputusan Pembelian	38
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	38
2.1.4.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	39
2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	41
2.1.4.4 Indikator Keputusan Pembelian	48
2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan	50
2.2 Kerangka Pemikiran	51
2.6 Hipotesis	53

BAB III	METODE PENELITIAN	54
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	54
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	55
3.2.1	Definisi Variabel	55
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	56
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	57
3.3.1	Populasi	57
3.3.2	Sampel	57
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.4.1	Sumber Data	59
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	60
3.5	Teknik Analisis Data	63
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian	67
3.6.1	Tempat Penelitian	67
3.6.2	Waktu Penelitian	68
	DAFTAR PUSTAKA	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Kedai Kopi Biji	4
Tabel 1.2	Data Pembeli kedai kopi biji Ciamis	5
Tabel 1.3	Hasil Kuisisioner Pra-Survei Motivasi Konsumen	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu Yang Relevan	50
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2	Bobot Kriteria Jawaban	62
Tabel 3.3	Pedoman Kekuatan Hubungan Antara Variabel	66
Tabel 3.4	Waktu Penelitian	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Paradigma Penelitian	53
------------	----------------------------	----

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. 2018. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep, dan Indikator)*. Riau : Zanafa Publishing. Alabi. Et.el (2014)
- Alma, Buchari. 2012. *Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Promosi*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah, 2015, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Ombak : Yogyakarta.
- Chairiza, 2012, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. Hotel Andalas di Bandar Lampung*, (Tesis). Universitas Lampung.
- Dewi, et.all.2017. *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Manajemen.Vol.9.No.2.105-110.Diakses Tanggal 9 Juni 2022
- Garini Adyatiningtyas. 2018. *Analisis Pengaruh Faktor Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Siap Minum*. UNS (Sebelas Maret University), 2018.
- <https://idalamat.com/alamat/209621/kopi-biji-ciamis-ciamis-jawa-barat>
- Kanuk dan Schiffman. 2012. *Perilaku Konsumen* .Edisi ke Tujuh, PT. Indeks, Jakarta
- Keller, Kevin L. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua,. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks.
- Marasabessy Andi Ismail. *Membangun bisnis di masa pandemi COVID-19 (studi kasus pada kedai kopi MM di kota Ambon)*. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan ; 7 (2), 151-157, 2021.
- Maulana, et.all.2019.*Pengaruh Persepsi Konsumen dan Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*.Jurnal riset manajemen Vol 2 No 1 78 di akses tanggal 9 Juni 2022
- _____. *Keputusan Pembelian Di Wild*, Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(5), Pp. 567-575.
- Mulyana, Jaka. 2019. *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen, Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merk Knalpot DRC (Studi Kasus pada pengguna*

merk knalpot DRC Purbalingga). Bachelor thesis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

Salsabila Fitrialdita Kalputri. 2021. *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Olive Fried Chicken di Glagahsari Yogyakarta*. Management Studies and Entrepreneurship Journal Vol 2(2) 2021 : 92-99. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

_____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2013. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Ghalia Indonesia. Bogor.

Sumiati. 2014. *Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen, Dan Brand Image Pada Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen September 2014. Vol 1 No.2. hal. 110-123. Dosen Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Sunyoto. Et.el. (2014). *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta. PT. Buku Seru

Sutisna, 2010, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Edisis kedua,. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.