

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SIKAT GIGI FORMULA
(Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)**



LAPORAN AKHIR

**Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

**YULIA PERMATA SARI
0612 3060 1197**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2015

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SIKAT GIGI FORMULA**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)**



Disusun Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Diploma III
Pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun Oleh:

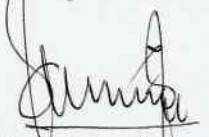
Yulia Permata Sari
0612 3060 1197

Menyetujui,

Pembimbing 1,


Purwati, S.E., M.M.
NIP 196507111988032002

Pembimbing II,


Pridson Mandiangan, S.E., M.M.
NIP 195803201989101001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis


Hendra Sastrawinata, S.E., M.M.
NIP 197208182003121002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA

Jalan Srijaya Negara, Palembang 30139

Telp. 0711-353414 Fax. 0711-355918

Website : www.polisriwijaya.ac.id E-mail : info@polsri.ac.id



SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yulia Permata Sari
NIM : 061230601197
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Judul Laporan Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk
Sikat Gigi Formula (Studi Kasus pada Mahasiswa DIII
Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi
Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak-pihak yang berkepentingan.

Palembang, Juni 2015

Yang membuat pernyataan



Yulia Permata Sari

NIM 061230601197

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Yulia Permata Sari
NIM : 0612 3060 1197
Jurusan/Program Studi: Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian
Produk Sikat Gigi Formula (Studi Kasus Pada
Mahasiswa D-III Program Studi Administrasi Bisnis
Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri
Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
dan dinyatakan **LULUS**

Pada Hari:

Kamis

Tanggal:

02 Juli 2015

TIM PENGUJI

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Pridson Mandiangan, S.E., M.M.</u> Ketua		<u>29 Juli 2015</u>
2.	<u>Abdul Hamid, S.E.</u> Anggota		<u>29 Juli 2015</u>
3.	<u>Marieska Lupikawati, S.E., M.M.</u> Anggota		<u>29 Juli 2015</u>
4.	<u>Alhushori, S.E., MAB</u> Anggota		<u>29 Juli 2015</u>

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

***Jadikanlah Hidupmu Lebih Berarti, Sesungguhnya Kehidupan Itu Sangat
Indah Jika Kamu Pandai Bersyukur
(Anonim)***

***Jadilah orang yang selalu sabar, karena sesungguhnya sabar itu mencerminkan
kepribadianmu yang lembut dan tulus. Teruslah bersabar dan tetap berikan
senyuman meskipun hatimu sedang tidak tersenyum
(Penulis)***

***Hargailah orang lain jika kamu ingin dihargai dan jangan pernah menganggap
bahwa kamu tidak membutuhkan orang lain walaupun sebenarnya kamu mampu
melakukannya sendiri tanpa orang lain.
(Penulis)***

***Janganlah kamu memvonis seseorang selalu salah dan menganggap sama
dengan yang lain, karena bisa saja sikap dan perkataanmu itu menyakiti orang
lain dan tidak adil bagi mereka yang tidak demikian namun kau anggap demikian.
(Penulis)***

Kupersembahkan untuk:

- ***Kedua Orang Tua Tercinta***
- ***Keluargaku Tersayang***
- ***Seseorang yang menjadi penyemangatkku***
- ***Dosen-Dosen Pembimbingku***
- ***Dosen-dosen dan Staf Pengajar Jurusan Administrasi Bisnis***
- ***Teman-teman seperjuangan angkatan 2015
khususnya Jurusan Administrasi Bisnis***
- ***Almamaterku Politeknik Negeri Sriwijaya***

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang, alhamdulillah segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas izin dan karunia-Nya lah penulis dapat menyelesaikan laporan Akhir ini yang penulis yang berjudul “Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sikat Gigi Formula (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi DIII Administrasi Bisnis Jurusan Administasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya”

Penulisan Laporan Akhir ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis khususnya mahasiswa semester 6 (Enam).

Dalam penyusunan Laporan Akhir ini, penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan, hal ini disebabkan karena masih terbatasnya pengetahuan dan wawasan yang penulis miliki. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan penulisan selanjutnya.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian Laporan Akhir ini. Akhir kata penulis mohon maaf atas kekeliruan dan kesalan yang telah penulis lakukan dalam penulisan laporan ini, dan penulis mengharapkan semoga Laporan Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juni 2015

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirobbil'alamin penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini tepat pada waktunya. Dalam proses penulisan Laporan Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, kritik dan saran serta dorongan dari berbagai pihak baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung yang sangat berarti bagi penulis. Untuk itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak R.D. Kusumanto, S.T., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Hendra Sastrawinata, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis.
3. Bapak Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis.
4. Ibu Purwati, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, dorongan, pengarahan, petunjuk, kritik dan saran dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
5. Bapak Pridson Mandiangan, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, dorongan, pengarahan, petunjuk, kritik dan saran dalam penyusunan Laporan Akhir ini.
6. Seluruh dosen pengajar dan staf Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa kuliah yang berguna bagi penulis.
7. Kedua orang tuaku tercinta (Ayah Suradi dan Ibu Sri Supriyati), Kakak dan Adikku tersayang (Eka Agustin dan Fauzi Al-Akbar) serta keluarga besarku yang telah banyak memberikan pengorbanan baik moril maupun materil serta doa sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Sahabat-sahabat terbaikku khususnya Rika dan Indah yang sudah selalu setia setia menemani, membantu, memberi nasehat, motivasi

dan dan dorongan dalam penulisan Laporan Akhir ini serta selalu ada untuk aku disaat aku membutuhkan.

9. Seseorang yang menjadi penyemangatku dan selalu membantuku dalam penulisan Laporan Akhir ini.
10. Teman-teman seperjuanganku kelas 6 ANA tercinta atas dukungan, semangat, masukan-masukannya yang telah diberikan dan kebersamaannya selama 3 (tiga) tahun ini, khususnya dalam penulisan Laporan Akhir ini.
11. Semua pihak yang telah membantu, memberikan pemikiran, dukungan, semangat serta doa demi terwujudnya Laporan Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga segala bentuk dukungan dan jerih payah baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan limpahan pahala dari Allah SWT dan penulis berharap semoga Laporan Akhir dapat bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, Juni 2015
Penulis

ABSTRAK

Tujuan dari laporan ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian produk sikat gigi formula khususnya pada program studi Diploma III Jurusan Administrasi Bisnis. Pengambilan data pada laporan ini diperoleh penulis dengan melakukan proses riset lapangan dengan menyebarkan kuesioner dan studi kepustakaan. Kuesioner disebarkan kepada 67 responden. Penyebaran Kuesioner dilakukan untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap keputusan pembelian produk sikat gigi formula dan dimensi persepsi mana yang paling dominan pada mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya. Penelitian ini dilakukan agar penulis dapat mengetahui dan memberikan referensi untuk melakukan keputusan pembelian terhadap kebutuhan yang diperlukan sehari-hari tentang sikat gigi. Hasil rata-rata yang didapat dari dimensi kinerja produk (73,82%), dimensi kemampuan diperbaiki (52,53%), dimensi daya tahan (70,05%), dimensi keterandalan produk (69,99%), dimensi fitur produk (68,85%), dimensi kesesuaian (68,95%) dan dimensi kualitas yang dirasakan (70,59%). Dari ketujuh dimensi persepsi diperoleh bahwa secara keseluruhan produk sikat gigi formula sudah dikatakan baik. Namun untuk dimensi persepsi yang kurang baik seperti dimensi kemampuan diperbaiki, perusahaan harus lebih meningkatkan lagi kualitas produk sikat gigi formula agar konsumen lebih terpuaskan atas produk yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan untuk dimensi persepsi yang paling dominan yaitu dimensi kinerja produk karena memiliki persentase terbesar diantara keenam dimensi lainnya. Dengan hasil yang demikian, diharapkan perusahaan agar tetap mempertahankan kualitas yang ada pada produk sikat gigi formula.

Kata kunci: Persepsi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The purpose of this report is to determine the students' perceptions of product purchasing decisions toothbrush formula especially at Diploma III study program of Business Administration Department. Collecting data in this report is obtained by the author by conducting field research process by distributing questionnaires and literature study. The questionnaire distributed to 67 respondents. Deployment questionnaire was conducted to determine how students' perceptions of product purchasing decisions toothbrush formula and dimensions which are the most dominant perception in students of Business Administration Diploma Program Business Administration Department State Polytechnic of Sriwijaya. This research was conducted in order to be able to know the author and provide a reference for making purchasing decisions necessary to the needs of day-to-day about the toothbrush. The average yield obtained from the dimensions of product performance (73.82%), improved ability dimension (52.53%), the dimensions of durability (70.05%), product reliability dimension (69.99%), the dimensions of the product features (68.85%), dimensional conformity (68.95%) and the dimensions of perceived quality (70.59%). From the seventh dimension that the overall perception of the product obtained toothbrush formula has been said to be good. However, for the dimensions of perception that are less well as improved dimensional capability, companies should further enhance product quality toothbrush that consumers are more satisfied formulas for products produced by the company. The most dominant perception dimension is the dimension of product performance because it has the largest percentage among the six other dimensions. With such results, it is expected the company to retain its existing quality in the product formula toothbrush. However, for the dimensions of perception that are less well as improved dimensional capability, companies should further enhance product quality toothbrush that consumers are more satisfied formulas for products produced by the company.

Keywords: Perception, Purchase Decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Metodologi Penelitian	5
1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian	5

1.5.2 Jenis dan Sumber Data	5
1.5.3 Metode Pengumpulan Data	6
1.5.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	7
1.5.5 Teknik Analisis Data	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumen	11
2.2 Persepsi	11
2.2.1 Definisi Persepsi	11
2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi	12
2.2.3 Dimensi Persepsi	13
2.3 Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian	14
2.3.2 Definisi Konsumen	14
2.3.3 Tipe Pengambilan Keputusan Konsumen	16
2.3.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	17
2.3.5 Indikator Keputusan Pembelian	18

BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Singkat Perusahaan Sikat Gigi Formula (Perusahaan Orang Tua)	20
3.1.1 Visi dan Misi	22
3.1.2 Nilai-nilai Perusahaan	22
3.2 Profil Jurusan Administrasi Bisnis	23
3.2.1 Visi, Misi dan Tujuan Administrasi Bisnis	24
3.2.2 Struktur Organisasi Jurusan Administrasi Bisnis	25
3.3 Hasil Tanggapan Kuesioner Tentang Persepsi	27

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Responden	32
----------------------------	----

4.1.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelas	32
4.1.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.1.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkatan Semester	34
4.1.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Kelas	35
4.2	Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sikat Gigi Formula	35
4.2.1	Perhitungan Persentase Variabel Dimensi Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sikat Gigi Formula	36
4.2.1.1	Perhitungan Persentase Dimensi Kinerja Produk	37
4.2.1.2	Perhitungan Persentase Dimensi Kemampuan Diperbaiki	40
4.2.1.3	Perhitungan Persentase Dimensi Daya Tahan	42
4.2.1.4	Perhitungan Persentase Dimensi Keterandalan Produk	45
4.2.1.5	Perhitungan Persentase Dimensi Fitur Produk	47
4.2.1.6	Perhitungan Persentase Dimensi Kesesuaian	50
4.2.1.7	Perhitungan Persentase Dimensi Kualitas Yang Dirasakan	53
4.2.1.8	Perhitungan Persentase Keputusan Pembelian	56
4.3	Dimensi Persepsi yang Paling Dominan yang Menjadi Pilihan Mahasiswa DIII Program Studi Administrasi Bisnis Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Komposisi Sampel Penelitian	8
Tabel 3.1 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kinerja Produk (X ₁).....	27
Tabel 3.2 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kemampuan Diperbaiki (X ₂)	27
Tabel 3.3 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Daya Tahan (X ₃)	28
Tabel 3.4 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Keterandalan Produk (X ₄).....	28
Tabel 3.5 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Fitur Produk (X ₅)	29
Tabel 3.6 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kesesuaian (X ₆)..	29
Tabel 3.7 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kualitas yang Dirasakan (X ₇)	30
Tabel 3.8 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Keputusan Pembelian (Y)	30
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelas	33
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkatan Semester	34
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Kelas	35
Tabel 4.5 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kinerja Produk	37
Tabel 4.6 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kemampuan Diperbaiki	40
Tabel 4.7 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Daya Tahan	42
Tabel 4.8 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Keterandalan Produk	45
Tabel 4.9 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Fitur Produk	47
Tabel 4.10 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kesesuaian	50
Tabel 4.11 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Dimensi Kualitas yang Dirasakan	53
Tabel 4.12 Kuantitas Persepsi Konsumen Tentang Keputusan Pembelian	56
Tabel 4.13 Dimensi Persepsi yang Dominan terhadap Produk Sikat Gigi Formula	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Jurusan Administrasi Bisnis	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Melakukan Penelitian
Lampiran 2	Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 3	Surat Kesepakatan Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 4	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 1
Lampiran 5	Lembar Bimbingan Laporan Akhir Pembimbing 2
Lampiran 6	Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
Lampiran 7	Lembar Revisi Laporan Akhir (Perbaikan)
Lampiran 8	Lembar Persetujuan Revisi Laporan Akhir
Lampiran 9	Lembar Kuesioner