

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HERBAL PT WAHIDA INDONESIA
PADA STOKIS UTAMA PALEMBANG**



LAPORAN AKHIR

**Disusun untuk Memenuhi Syarat Pendidikan Diploma III
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Oleh:

SHANDYAH DWI KOMALA

0613 3060 0479

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PALEMBANG**

2016

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK HERBAL PT WAHIDA INDONESIA
PADA STOKIS UTAMA PALEMBANG**



**Dibuat Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Jurusan
Administrasi Bisnis/Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri
Sriwijaya**

**Disusun oleh:
SHANDYAH DWI KOMALA
0613 3060 0479**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Yurnizal Firdaus, S.E., M.M.
NIP 196310221988031001**

Pembimbing II,

**Esya Alhadi S.E., M.M.
NIP 196309191990032002**

**Mengetahui,
Ketua Jurusan**

**A. Jalaluddin Sayuti, S.E, M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001**

	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 dibawah ini:

Nama : Shandyah Dwi Komala
NPM : 0613 3060 0479
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Mata Kuliah : Perilaku Konsumen
Judul Laporan Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal PT Wahida Indonesia Pada Stokis Utama Palembang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut diatas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir bukanlah plagiat/salinan laporan milik orang lain.
3. Apabila laporan akhir saya plagiat/menyalin laporan akhir milik orang lain, saya siap menerima segala sanksi yang diberikan.

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

Palembang, Juli 2016

Yang membuat pernyataan



Shandyah Dwi Komala

NPM 061330600479



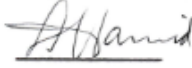
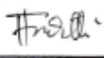
LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Shandyah Dwi Komala
NPM : 0613 3060 0479
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis
Judul Laporan Akhir : Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan
Pembelian Produk Herbal PT Wahida
Indonesia pada Stokis Utama Palembang

Telah dipertahankan dihadapan Dosen Penguji Ujian Laporan Akhir
Jurusan Administrasi Bisnis
Dan dinyatakan LULUS

Pada Hari: Jum'at
Tanggal: 05 Agustus 2016

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	<u>Yusnizal Firdaus, S.E., M.M.</u> Ketua		<u>12 Agustus 2016</u>
2.	<u>Afrizawati M, S.E., M.Si</u> Anggota		<u>12 Agustus 2016</u>
3.	<u>Abdul Hamid, S.E., M.Si</u> Anggota		<u>12 Agustus 2016</u>
4.	<u>Dewi Fadilah, S.E., M.M.</u> Anggota		<u>12 Agustus 2016</u>

MOTTO:

*“sukses berawal dari niat dan usaha yang tinggi,
serta diiringi do'a dan dukungan kedua orang tua”*

(Shandyah Dwi Komala)

PERSEMBAHAN:

Penulis persembahkan kepada:

Orang tua tercinta

Saudara-saudara saya

Dosen pembimbing saya

Sahabat-sahabat terbaik saya

Teman-teman seperjuangan 6NA

Almamater yang saya banggakan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul **“Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal PT Wahida Indonesia pada Stokis Utama Palembang”**.

Penyusunan laporan akhir ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan studi pada Jurusan Administrasi Bisnis/Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang khususnya bagi mahasiswa semester 6 (enam).

Penulis menyadari bahwa menyusun Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca sangat kami harapkan untuk penyempurnaan Laporan Akhir ini. Semoga Laporan Akhir ini berguna bagi pembaca maupun bagi penulis pribadi.

Penulis sangat berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan laporan akhir ini. Akhir kata penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan dalam laporan akhir ini. Penulis berharap semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi pembacanya.

Palembang, Juli 2016

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam menyelesaikan laporan ini, penulis banyak menerima bantuan dari berbagai pihak berupa bimbingan, dorongan, petunjuk, saran, keterangan-keterangan dan data baik lisan maupun tulisan. Untuk itu penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
2. Bapak A. Jalaluddin Sayuti, S.E, M.Hum.Res.M, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang
3. Bapak Divianto, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
4. Bapak Yusnizal Firdaus, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bantuan serta arahan dalam menyusun laporan akhir ini
5. Ibu Esya Alhadi, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bantuan serta arahan dalam menyusun laporan akhir ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan seluruh karyawan/karyawati Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Ibu Mia, selaku pengurus perpustakaan yang telah membantu dalam mencari referensi dan pedoman yang dibutuhkan penulis.
8. Pimpinan dan para karyawan PT Wahida Indonesia pada stokis utama Palembang yang telah membantu penulis dalam memperoleh data, izin penyebaran kuesioner dan hal lain yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan laporan akhir ini.
9. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materil.
10. Kakak dan adik saya Agung Fyrdinaldo, Dhimas Dwi Prasetyo, Sultan Agiel Al Ikram dan Fahry Razzaaq Alfi Syor yang sangat memberikan semangat dan dukungan.

11. Sahabat tercinta saya yang selalu saling mendukung dalam menyelesaikan laporan akhir ini Devi Nopiana, Ety Sofianti, Meli Susanti, Mentari Putri dan Wirda Sasti.
12. Teman-teman seperjuangan di Administrasi Bisnis Angkatan 2013, khususnya kelas NA yang memberikan semangat serta bantuannya kepada penulis.

Akhir kata semoga Allah SWT melimpahkan berkah dan rahmat-Nya atas segala kebaikan dalam membantu penyelesaian laporan ini dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Palembang, Juli 2016

Penulis

ABSTRACT

This study aims to know how is consumers perception toward purchasing product decision in PT Wahida Indonesia. Other side, its aim is also to know which one of perception's demensions is the most dominant in affecting purchase herb product decision in PT Wahida Indonesia. Data acquired from questionnaires have given to consumers. The output was processed using percentage formula and analyzed using interpretation score criteria. There are 8 dimensions of cosumers perception toward purchasing herb product decision in PT Wahida Indonesia, they are performance, reliability, feature, durability, conformance, serviceability, aesthetic, and preceived quality. The result was obtained by spreading questionnaire to 90 respondents, the most dominant dimension is product perfomance which gain 85,8% and not dominant dimension is serviceability which gain 62,2%. Purchasing Herb Wahida product decision has result 83,6% of 90 total sample, consumers declare that they are agree to purchase Herb Wahida product at main storage Palembang because of some factors, they are product quality, nothing bad impact, it has halal label, achievable, and herb Wahida helps protecting their health beside other herb product.

Keywords: Dimension of perception, Purchasing decision

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Masalah	4
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 Teknik Pengumpulan Data.....	6
1.5.5 Analisa Data	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Perilaku Konsumen	10

2.1.1	Perilaku Konsumen	10
2.2	Persepsi Konsumen.....	10
2.2.1	Definisi Persepsi.....	10
2.2.2	Dimensi Persepsi	11
2.2.3	Proses Persepsi	12
2.2.4	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi ...	13
2.3	Keputusan Pembelian.....	13
2.3.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
2.3.2	Proses Pengambilan Keputusan	14
2.3.3	Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	15

BAB III KEADAAN UMUM

3.1	Sejarah Singkat PT Wahida Indonesia.....	18
3.2	Visi dan Misi PT Wahida Indonesia	19
3.2.1	Visi PT Wahida Indonesia	19
3.2.2	Misi PT Wahida Indonesia.....	19
3.3	Struktur Organisasi PT Wahida Indonesia pada Stokis Utama Palembang.....	19
3.4	Profil Responden	21
3.4.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	22
3.4.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
3.4.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	23
3.4.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian.....	24
3.5	Hasil Pengolahan Kuesioner Tentang Persepsi dan Keputusan Pembelian.....	25

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Persepsi Konsumen Terhadap Produk Herbal Wahida Indonesia pada Stokis Utama Palembang	29
4.2	Keputusan Pembelian Produk Herbal Wahida Indonesia pada Stokis Utama Palembang	49
4.3	Dimensi Persepsi yang Paling Dominan yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	55
5.2 Saran	56

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Wahida Indonesia Stokis Utama Palembang	20
Gambar 4.1 Grafik Persentase Dimensi Persepsi dan Keputusan Pembelian	53

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Laporan Penjualan 3 Tahun Terakhir	3
Tabel 1.2 Pengukuran Skala Likert	8
Tabel 1.3 Dasar Interpretasi Skor Item dalam Variabel Penelitian.....	9
Tabel 3.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	22
Tabel 3.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	23
Tabel 3.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	24
Tabel 3.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian	25
Tabel 3.5 Persentase Jawaban Persepsi Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk Herbal Wahida Pada Stokis Utama Palembang	26
Tabel 4.1 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Kinerja Produk (<i>Performance</i>) X1	30
Tabel 4.2 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Keterandalan Produk (<i>Reliability</i>) X2	32
Tabel 4.3 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Fitur Produk (<i>Feature</i>) X3	35
Tabel 4.4 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Daya Tahan (<i>Durability</i>) X4	37
Tabel 4.5 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Kesesuaian (<i>Conformance</i>) X5	40
Tabel 4.6 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Kemampuan Diperbaiki (<i>Service Ability</i>) X6	42
Tabel 4.7 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Keindahan Tampilan Produk (<i>Aesthetic</i>) X7	44
Tabel 4.8 Persepsi Konsumen Terhadap Dimensi Kualitas yang Disarankan (<i>Preceived Quality</i>) X8	46
Tabel 4.9 Keputusan Pembelian Produk Herbal Wahida pada Stokis Utama Palembang Y	49

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Rekomendasi
- Lampiran 2 Lembar Konsultasi Pembimbing I
- Lampiran 3 Lembar Konsultasi Pembimbing II
- Lampiran 4 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 5 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 6 Nama-nama Produk Herbal PT Wahida Indonesia
- Lampiran 7 Laporan Penjualan 3 (tiga) Tahun Terakhir Produk Herbal
PT Wahida Indonesia pada Stokis Utama Palembang
- Lampiran 8 Kuesioner