



# **FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DI WARUNG SOP MERAH BU ASIH YOGYAKARTA**

Oleh :  
Anisa Mushlika Ismawati  
NIM. 15511244007

## **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui profil responden yang berkunjung di Warung Sop Merah Bu Asih, (2) untuk mengetahui Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih, (3) untuk mengetahui Faktor apa yang paling dominan dalam menentukan pembelian konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di Warung Sop Merah Bu Asih yang terletak di Jalan Kol. Sugiyono No. 74, Brontokusuman, Mergangsan, Yogyakarta pada bulan Februari 2019 hingga Mei 2019. Populasi penelitian adalah konsumen Warung Sop Merah Bu Asih berjumlah 420 pengunjung. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling non acak yaitu *Insidental sampling*. Ukuran sampel penelitian sebanyak 81 orang ditentukan dengan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan observasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif berupa modus, median, mean, kategorisasi dan uji T.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) mayoritas responden yang berkunjung di Warung Sop Merah Bu Asih Pembeli terbanyak di Warung Sop Merah Bu Asih dalam penelitian ini adalah perempuan 53 (65,4%). Lebih dari separuh pembeli adalah mahasiswa 42 (51,9%) sebagian besar tempat tinggal pembeli adalah di DIY 58 (71,6%) Umur pembeli terbanyak adalah 19-22 tahun yaitu 33 (40,7%), (2) konsumen mempunyai persepsi yang baik tentang produk, harga, lokasi, proses, sarana, orang/SDM dan karakteristik konsumen, namun promosi yang dilakukan oleh Warung Sop Merah Bu Asih termasuk dalam kategori kurang baik. Persepsi yang sangat baik diperoleh dari SDM dengan pelayanan yang cepat. Hal tersebut dimungkinkan karena sebagian besar konsumen perempuan dan mahasiswa yang menginginkan pelayanan yang praktis. Persepsi kurang baik diperoleh dari Promosi, dimana Warung Sop Merah Bu Asih tidak melakukan promosi di dalam media televisi maupun radio sehingga konsumen tidak mendapat informasi mengenai warung tersebut. (3) Rerata faktor eksternal (7P) 3,05 lebih tinggi dibandingkan faktor internal 2,92 dan berbeda secara signifikan 0,007 . Hal ini berarti bahwa faktor 7P lebih dominan mempengaruhi pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih.

Kata kunci : Sop Merah Bu Asih, Pembelian konsumen.

# **FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMERS IN PURCHASING AT WARUNG SOP MERAH BU ASIH YOGYAKARTA**

By:  
Anisa Mushlika Ismawati  
NIM 1551124407

## **ABSTRACT**

The aims of this research were: (1) find out the profile of respondents who visited Warung Sop Merah Bu Asih; (2) find out what factors influence consumers in buying at Warung Sop Merah Bu Asih; and (3) find out the most dominant factor in determining consumers in buying at Warung Sop Merah Bu Asih.

This research is a descriptive research with a quantitative approach. This research was carried out at the Warung Sop Merah Bu Asih located on Jalan Kol. Sugiyono No. 74, Brontokusuman, Mergangsan, Yogyakarta in February 2019 until May 2019. The research population was 420 consumers of Warung Sop Merah Bu Asih. The sampling technique uses non-random sampling technique, namely incidental sampling. The sample size of 81 people was determined by the Slovin formula. Data collection techniques using questionnaires and observations. The data analysis technique uses quantitative descriptive analysis in the form of mean, mode and median.

The results showed that: (1) The profile of the majority of consumers visiting Warung Sop Merah Bu Asih was 53 women (65.4%) with ages 19-22 years old, 33 (40.7%) working as students 42 (51 , 9%) and live in DIY 58 (71.6%); (2) there are two factors that influence consumers in purchasing at Warung Sop Merah Bu Asih Yogyakarta namely internal factors in the form of consumer characteristics and external factors in the form of products, prices, locations, processes, facilities and people/HRD. The highest average is in the process factor, namely fast service 3.48 and the lowest average on the promotion factor, namely television and radio coverage 2.00; and (3) external factors are more dominant in influencing consumers in buying at Warung Asih Merah Bu Asih with an average of 3.01 the highest average lies in the sub-factors process, namely 3.27 and internal factors with an average of 2.96.

Keyword : Sop Merah Bu Asih, Buying Decisions

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Tugas Akhir Skripsi dengan Judul

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN DI WARUNG SOP MERAH BU ASIH YOGYAKARTA**

Disusun oleh:

Anisa Mushlika Ismawati

NIM. 15511244007

telah memenuhi syarat dan disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dilaksanakan Ujian Akhir Tugas Akhir Skripsi bagi yang bersangkutan.

Yogyakarta, Juni 2019

Mengetahui,  
Ketua Program Studi



Dr. Mutiara Nugraheni, STP.,M.Si  
NIP. 19770131 200212 2 001

Disetujui,  
Dosen Pembimbing,



Dewi Eka Murniati, MM  
NIP. 19810506 200604 2 002



## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anisa Mushlika Ismawati

NIM : 15511244007

Program Studi : Pendidikan Teknik Boga

Judul TAS : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen  
di Warung Sop Merah Bu Asih Yogyakarta

menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Yogyakarta, Juni 2019

Yang menyatakan,



Anisa Mushlika Ismawati

NIM . 15511244007

## **MOTTO**

“mudahkan urusan orang lain maka urusan kita akan dipermudah”

## PERSEMBAHAN

**Bismillahirrohmaanirrohim**

**Dengan nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang**

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk

- 1) Kedua Orang Tua saya, terimakasih karena tidak pernah absen doa dan tahajud disepertiga malamnya untuk kebaikan dan kemudahan saya dalam melangkah.
- 2) Almamaterku Universitas Negeri Yogyakarta.
- 3) *Partner Of Crime*, terimakasih waktunya, susahnya, sedihnya, senengnya mendampingi saya dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga segera menyusul.
- 4) Teman-teman Boga D 2015, teman senasib sepenanggungan. Semoga Allah SWT senantiasa memudahkan langkah kalian dalam menggapai gelar sarjana maupun mengejar jodoh ya *guys*.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembelian Konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih Yogyakarta” dapat disusun dengan sesuai harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dewi Eka Murniati, MM selaku Dosen Pembimbing TAS yang telah banyak memberikan semangat, dorongan, dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.
2. Dra. Sutriyati Purwanti, M.Si. selaku Validator instrumen penelitian TAS yang memberikan saran/masukan perbaikan sehingga penelitian TAS dapat terlaksana sesuai dengan tujuan.
3. Dr. Mutiara Nugraheni, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Teknik Boga dan Busana beserta dosen dan staf yang telah memberikan bantuan dan fasilitas selama proses penyusunan pra proposal sampai selesainya TAS ini.
4. Dr. Ir. Widarto, M.Pd selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.
5. Candra selaku Owner Sop Merah Bu Asih Yogyakarta yang telah memberi ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian Tugas Akhir Skripsi ini.
6. Para karyawan Sop Merah Bu Asih Yogyakarta yang telah memberi bantuan dan memperlancar pengambilan data selama proses penelitian pengembangan TAS ini.
7. Semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan di sini atas bantuan dan perhatiannya selama penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini.

Akhirnya, semoga segala bantuan yang telah berikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan Tugas Akhir Skripsi ini menjadi informasi bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

Yogyakarta, Juni 2019

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Mushlika'.

Anisa Mushlika Ismawati

NIM. 15511244007

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN .....	v
SURAT PERNYATAAN.....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	5
F. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori .....	7
1. Pemasaran .....	7
2. Keputusan Pembelian .....	8
3. Faktor Internal .....	11
4. Faktor Eksternal .....	13
5. Konsumen .....	23
6. Profil Warung Sop Merah Bu Asih .....	24
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	25
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Pertanyaan Penelitian .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Desain Penelitian .....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30

C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
D. Definisi Operasional Variabel .....	32
E. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	32
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	35
G. Teknik Analisis Data .....	37
1. Modus .....	38
2. Median .....	38
3. Mean .....	38

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	39
1. Profil Konsumen .....	39
2. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih .....	42
3. Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih .....	49
B. Pembahasan .....	49
1. Profil Konsumen .....	49
2. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih .....	51
3. Faktor yang Paling Dominan dalam Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian di Warung Sop Merah Bu Asih .....	58

#### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	60
B. Saran.....	60

DAFTAR PUSTAKA .....	62
----------------------	----

Lampiran

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Berfikir.....	28
Gambar 2. Profil konsumen berdasarkan jenis kelamin .....	40
Gambar 3. Profil konsumen berdasarkan pekerjaan .....	40
Gambar 4. Profil konsumen berdasarkan tempat tinggal .....	41
Gambar 5. Profil konsumen berdasarkan umur .....	41

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-kisi Instrumen Penelitian.....	34
Tabel 2. Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3. Hasil Uji Reabilitas .....	37
Tabel 4. Profil konsumen di Warung Sop Merah Bu Asih .....	39
Tabel 5. Gambaran faktor internal pembeli di Warung Sop Merah Bu Asih .....	43
Tabel 6. Gambaran jawaban per item variabel produk di Warung Sop Merah Bu Asih .....	44
Tabel 7. Gambaran jawaban item variabel harga di Warung Sop Merah Bu Asih .....	45
Tabel 8. Gambaran jawaban per item lokasi Warung Sop Merah Bu Asih .....	45
Tabel 9. Gambaran jawaban per item variabel promosi Warung Sop Merah Bu Asih .....	46
Tabel 10. Gambaran jawaban per item variabel proses Warung Sop Merah Bu Asih .....	46
Tabel 11. Gambaran sarana fisik Warung Sop Merah Bu Asih.....	47
Tabel 12. Gambaran jawaban per item variabel orang/SDM di Warung Sop Merah Bu Asih .....	48
Tabel 13. Rerata faktor internal dan eksternal .....	49