

MOTTO

Sesungguhnya Allah akan mengangkat derajat orang yang beriman dan orang-orang berilmu pengetahuan kepada yang lebih tinggi dan Allah

Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.

(Q.S. Al-Mujadalah : 31)

Bukanlah kesulitan yang membuat anda takut,tapi ketakutan yang membuat anda menjadi sulit, maka dari itu jangan pernah takut untuk mencoba dan jangan pernah menyerah untuk menggapai cita-cita.

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk :

- Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendukungku.
- Keluargaku tercinta yang selalu memotivasi.
- Teman – temanku yang selalu memotivasi
- Semua dosen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of the attractiveness of indigenous products, fanaticism, and promotions on purchasing decisions on the ndusun collection keris products in Central Java and DIY. The sample data taken in this study were 100 consumers of the Ndusun collection keris products in Central Java and DIY. Instruments or data collection tools in this study using a questionnaire / questionnaire. The data analysis tool used in this study uses multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity test, reliability test, t test, F test, multiple linear regression analysis (Likert scale). Data were analyzed with the help of the SPSS Release 25 for Windows program. The results of the analysis prove that the first hypothesis which reads that the attractiveness of indigenous products partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the second hypothesis which reads fanaticism partially has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the third hypothesis which says promotion partially has a significant positive influence on purchasing decisions. The results of the analysis prove that the fourth hypothesis which reads the attractiveness of indigenous products, fanaticism and promotion simultaneously has a significant positive influence on purchasing decisions.

Keywords: Indigenous Product Attraction, Fanaticism, Promotion and Purchase Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh daya tarik produk *indegenous*, fanatisme, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk keris ndusun collection di Jawa Tengah dan DIY. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu konsumen pada produk keris ndusun collection di Jawa Tengah dan DIY yang berjumlah 100 orang. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner. Alat analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F, analisis regresi linier berganda (*skala likert*). Data dianalisis dengan bantuan *program SPSS Release 25 for Windows*. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis pertama yang berbunyi daya tarik produk *indegenous* secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ke dua yang berbunyi fanatisme secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis ketiga yang berbunyi promosi secara parsial mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis membuktikan bahwa hipotesis keempat yang berbunyi daya tarik produk *indegenous*, fanatisme dan promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Daya Tarik Produk *Indegenous*, Fanatisme, Promosi dan Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrohmaanirrohiim. Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa (UPB) Kebumen.

Melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tugas ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. sebagai Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E.,M.M., sebagai Kaprodi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen
3. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si. sebagai dosen pembimbing yang telah banyak membantu terselesaikannya skripsi ini.
4. Semua dosen Universitas Putra Bangsa yang telah mendidik dan mengajar saya dengan tulus dan sabar.
5. Kedua orang tua saya yang telah memotivasi.
6. Semua rekan-rekan mahasiswa Universitas Putra Bangsa yang telah mendukung terselesaikannya skripsi ini.

7. Semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan, dorongan, serta amal yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan, akan mendapat imbalan yang setimpal dari Allah SWT. Akhirnya semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua dalam kehidupan ini.

Kebumen, 18 Januari 2023

(Bima Aruna)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	13
1.3 Batasan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	15
1.5 Manfaat Penelitian	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	19
2.1 Tinjauan Teori	19
2.1.1 Keputusan Pembelian	19
2.1.2 Daya Tarik <i>Indigenous</i>	26
2.1.3 Kualitas Fanatisme	28
2.1.4 Promosi	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	39
2.4 Model Empiris	41
2.5 Hipotesis	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Obyek dan Subyek Penelitian	44
3.1.1 Objek Penelitian	44
3.1.2 Subyek Penelitian	44
3.2 Variabel Penelitian	44
3.3 Definisi Operasional Variabel	45
3.4 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	49
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Jenis Data	51
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	52
3.6 Populasi dan Sampel Penelitian	53
3.6.1 Populasi Penelitian	53

3.6.2 Sampel Penelitian	53
3.7 Teknik Analisis	56
3.7.1 Analisis Deskriptif	56
3.7.2 Analisis Statistik	57
3.8 Alat Analisis	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Analisis Deskriptif	67
4.1.1 Sejarah Pusaka Keris	67
4.1.2 Jenis dan Harga Keris	68
4.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.2 Analisis Statistik	73
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	73
4.2.2 Asumsi Klasik	77
4.2.3 Regresi Linier Berganda	80
4.2.4 Uji Hipotesis	82
4.3 Pembahasan	86
BAB V SIMPULAN	90
5.1 Simpulan	90
5.2 Keterbatasan Penelitian	91
5.3 Implikasi	92
5.3.1 Implikasi Praktis	92
5.3.2 Implikasi Teoritis	95
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Data Penjualan	5
Tabel I.2 Hasil Mini Riset Keputusan Pembelian Keris	6
Tabel II-1 Hasil-hasil Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	38
Tabel III-1 Indikator Keputusan Pembelian Pada Kuesioner	46
Tabel III-2 Indikator Daya tarik produk <i>indegenous</i> Pada Kuesioner	47
Tabel III-3 Indikator Fanatisme Pada Kuesioner	48
Tabel III-4 Indikator Promosi Pada Kuesioner	49
Tabel IV-1 Jenis dan Harga Keris	68
Tabel IV-2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel IV-3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV-4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
Tabel IV-5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	72
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Produk <i>Indegenous</i>	74
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Fanatisme	74
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Promosi	75
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	76
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	77
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel IV-12 Hasil Regresi Uji t	81
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
Tabel IV-14 Hasil Regresi Uji F	85
Tabel IV-15 Hasil Regresi Koefisien Determinasi	86

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I-1 Keris Jenis Dhapur Sempana	8
Gambar I-2 Keris Jenis Jalak Talam	9
Gambar I-3 Keris Jenis Talam Sari	10
Gambar II-1 Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	22
Gambar II-2 Model Empiris	42
Gambar IV-1 Uji Heterokedastisitas	79
Gambar IV-2 Uji Normalitas	80

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Lampiran Kuesioner	100
2. Lampiran Data Responden	105
3. Lampiran Data Tabulasi Jawaban Responden	108
4. Lampiran Hasil Uji Validitas	125
5. Lampiran Hasil Uji Reliabilitas.....	127
6. Lampiran Hasil Uji Asumsi Klasik	128
a. Lampiran Uji Multikolinieritas	128
b. Lampiran Uji Heterokedastiditas	128
c. Lampiran Uji Normalitas	128
7. Lampiran Hasil Uji Regresi Linier Berganda	129
a. Lampiran Uji t	129
b. Lampiran Uji F	129
c. Lampiran Uji Koefisien Determinasi	129
8. Lampiran r Tabel	130
9. Lampiran t Tabel	134
10. Lampiran F Tabel	137
11. Lampiran Kartu Bimbingan	140
12. Lampiran Kartu Seminar	141