



**ANALISIS PERBEDAAN RESPONSI DAN PERILAKU KONSUMEN
BERDASARKAN FREKUENSI BELANJA TERHADAP BAURAN
PEMASARAN RITEL PADA KPRI KARYA UTAMA TEGALDLIMO
BANYUWANGI**

***THE ANALYSIS OF CONSUMER RESPONSE AND BEHAVIOR DIFFERENCE BASED
ON SHOPPING FREQUENCY TO RITEL MARKETING MIX
AT KARYA UTAMA TEGALDLIMO BANYUWANGI***

SKRIPSI

Oleh :

VINDA ICUN SYLVIANA

070810291180

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012



**ANALISIS PERBEDAAN RESPONSI DAN PERILAKU KONSUMEN
BERDASARKAN FREKUENSI BELANJA TERHADAP BAURAN
PEMASARAN RITEL PADA KPRI KARYA UTAMA TEGALDLIMO
BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan mencapai gelar Sarjana Ekonomi

oleh:

Vinda Icun Sylviana

NIM 070810291180

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2012

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vinda Icun Sylviana

NIM : 070810291180

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Analisis Perbedaan Responsi Dan Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja Terhadap Bauran Pemasaran Pada KPRI Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi mana pun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Januari 2012

Yang menyatakan,



Vinda Icun Sylviana

NIM 070810291180

PENGESAHAN

**ANALISIS PERBEDAAN RESPONSI DAN PERILAKU KONSUMEN
BERDASARKAN FREKUENSI BELANJA TERHADAP BAURAN
PEMASARAN PADA KPRI KARYA UTAMA TEGALDLIMO
BANYUWANGI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Vinda Icun Sylviana

NIM : 070810291180

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal: januari 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Dewi Prihatini, SE, MM, Ph. D :
NIP. 19690329 199303 2 001

Sekretaris : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :
NIP. 19501221 197801 1 001

Anggota : Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si :
NIP. 19730908 200003 2 001



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc
NIP. 19560831 198403 1 002

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Perbedaan Responsi dan Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja Terhadap Bauran Pemasaran Pada KPRI Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi

Nama : Vinda Iacun Sylviana

NIM : 070810291180

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 25 Januari 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M.Si

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si

NIP. 19501221 197801 1 001

NIP. 19730908 200003 2 001

Ketua Jurusan
Program Studi Manajemen

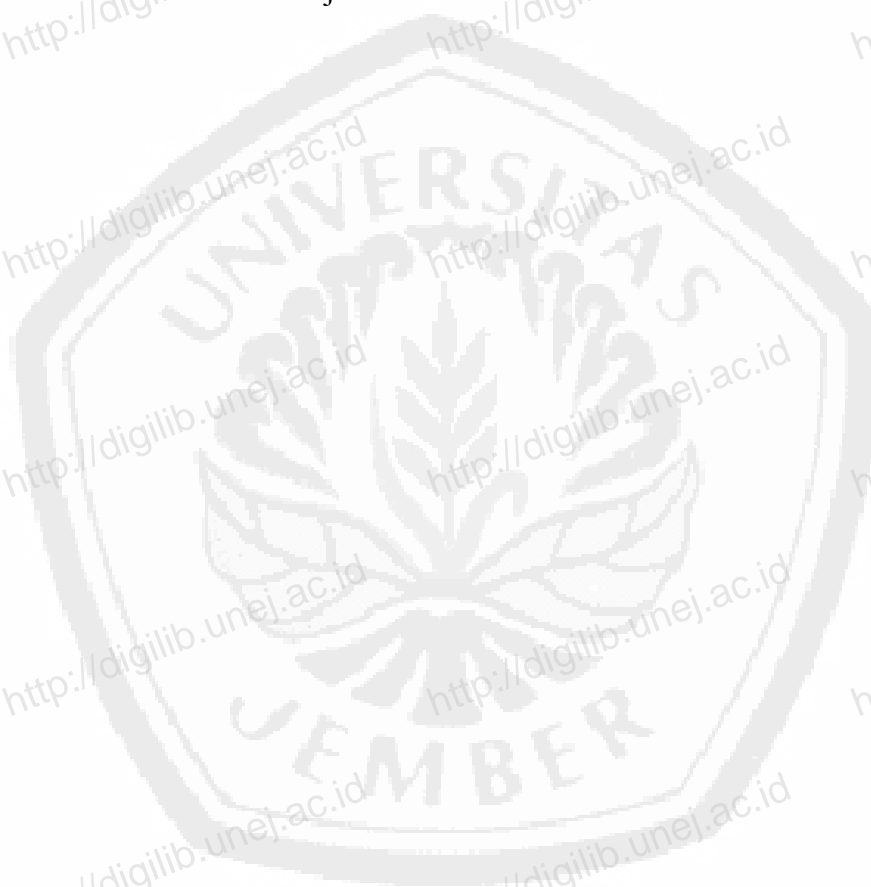
Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tuaku tercinta ayahanda Marsam S.Pd dan Ibunda Sulastri. Yang telah memberi dukungan, mendoakan, mendidik dan memberi kasih sayang serta pengorbanan selama ini;
2. Guru-guru/dosenku sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi;
3. Almamater Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.



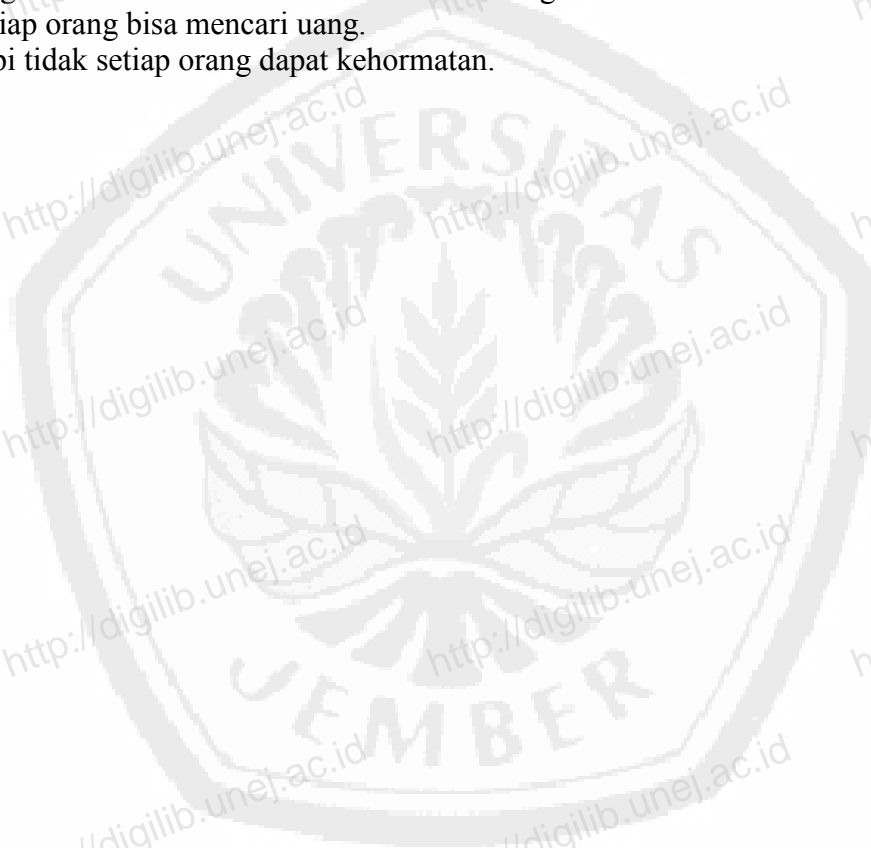
MOTTO

Bermimpilah! Lalu kejar dengan jujur, sabar, tekun, dan semangat.

(Mario Teguh)

Jalan hidup berbeda. Tempuhlah jalan yang benar.
Jangan tunduk dan memalukan keluarga.
Jangan sekali-kali mencemarkan nama keluarga.
Setiap orang bisa mencari uang.
Tapi tidak setiap orang dapat kehormatan.

(Penulis)



RINGKASAN

Analisis Perbedaan Responsi dan Perilaku Konsumen Berdasarkan Frekuensi Belanja Terhadap Bauran Pemasaran Pada KPRI Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi; Vinda Icut Sylviana; 070810291180; 2012: 64 Halaman; Jurusan Ekonomi Universitas Jember.

Respon konsumen memainkan peranan utama dalam membentuk perilaku, dimana respon terhadap produk sering mempengaruhi perilaku pembelian. Respon positif terhadap produk tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian terhadap produk itu, dan sebaliknya respon negatif akan menghalangi konsumen dalam melakukan pembelian. Adanya respon yang positif akan membedakan kelompok konsumen dalam melakukan perilaku pembelian terhadap suatu produk atau jasa. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan responsi dan perilaku konsumen berdasarkan frekuensi belanja terhadap bauran pemasaran ritel yang diterapkan pada KPRI Karya Utama.

Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen (anggota dan bukan anggota) KPRI Karya Utama yang pernah berbelanja di unit pertokoan KPRI Karya Utama. Metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Sampel penelitian sebanyak 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan analisis diskriminan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan responsi dan perilaku antara konsumen yang diukur dengan frekuensi berbelanja baik konsumen yang sering berbelanja dengan konsumen yang jarang berbelanja di toko KPRI Karya Utama. Variabel pembeda terbesar dengan frekuensi berbelanja adalah lokasi toko. Jadi lokasi toko menjadi pertimbangan yang paling utama yang membedakan frekuensi belanja antara konsumen yang sering berbelanja dan konsumen yang jarang berbelanja.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan responsi dan perilaku konsumen berdasarkan frekuensi belanja terhadap bauran pemasaran ritel yang diterapkan pada KPRI Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi.

SUMMARY

The Analysis of Consumer Response and Behavior Difference Based on Shopping Frequency to Ritel Marketing Mix at Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi: Vinda Iacun Sylviana; 070810291180; 2012. 64 pages, the Management Departement, the Faculty of Economic, Jember University

Consumer response play a main role in forming behavior, which are response on product often have affect on buying behaviour. Positive response on certain product will be enable for consumer to buy the product, and contrast, negative response will be hinder consumer to buy it. Existence of positive response will be different on group of consumer in buying behaviour a product or service. This aim of research is to know and analyze of consumer response and behavior difference based shopping frequency on ritel marketing mix at KPRI Karya Utama.

The population of research are members and nonmembers at KPRI KARYA UTAMA who shopped at KPRI Karya Utama. Sampling method uses purposive Sampling. Research sample are 100 respondents. Analyze methode uses validity test, reability test and discriminant analysis.

This research shows these following results: There are difference of response and behaviour between consumers who are measured with shopping frequency as consumers often shop and consumers seldom shop at KPRI Karya Utama. Highest difference variable is shop location. It becomes the most important consideration to be different for shopping frequency between consumers who are often shop and consumer who are seldom shop at KPRI Karya Utama.

This research conclusion show that there are difference of response and consumer behavior based on shopping frequency on ritel marketing which are applied at KPRI Karya Utama Tegaldlimo Banyuwangi.

PRAKATA

Dengan mengucapkan syukur atas kehadiran Allah SWT serta hidayahNya, yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Studi S-1 (Manajemen) Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari dalam penulisan ini masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan penulis. Tetapi berkat pertolongan Allah SWT serta dorongan dan bimbingan semua pihak, akhirnya penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Selain itu, dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang telah membantu secara langsung atau tidak langsung. Sebagai ungkapan bahagia, maka pada kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. H. Abdul Halim, M.Si dan Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasehat dan pengarahan selama penyusunan skripsi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan;
2. Ayahanda Marsam S.Pd dan Ibunda Sulastri tercinta atas ridho, doa, dukungan dan nasehat yang selalu memudahkan langkah penulis;
3. Teman-teman manajemen angkatan 2007;
4. Seluruh pihak yang membantu semangat dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Dengan segala kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman yang penulis miliki, maka disadari sepenuhnya skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat diharapkan.

Akhirnya, semoga skripsi ini memberikan manfaat dan guna bagi pembaca pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ekonomi pada khususnya.

Jember, 25 Januari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
RINGKASAN	viii
SUMMARY	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Pokok Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya	6
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Bauran Pemasaran Ritel	9
2.2.2 Responsi Konsumen	12
2.2.3 Perilaku Konsumen	13
2.2.4 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	16
2.2.5 Hubungan Antar Bauran Pemasaran dan Perilaku Konsumen.....	18
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis	22

BAB 3. METODE PENELITIAN	23
3.1 Rancangan Penelitian	23
3.2 Jenis dan Sumber Data	23
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel	24
3.5 Identifikasi Variabel	25
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Teknik Pengukuran	27
3.8 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian	28
3.8.1 Uji Validitas	28
3.8.2 Uji Reliabilitas	28
3.9 Metode Analisis Data	29
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah	31
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1 Sejarah Singkat KPRI Karya Utama	33
4.1.2 Lokasi dan Wilayah Kerja	33
4.1.3 Struktur Organisasi	34
4.1.4 Sumber Permodalan	39
4.1.5 Produk.....	40
4.1.6 Keanggotaan Koperasi.....	40
4.1.7 Hari dan Jam Kerja Karyawan	41
4.2 Deskripsi Responden	42
4.2.1 Karakteristik Responden	42
4.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	46
4.3 Uji Instrumen Data.....	50
4.3.1 Uji Validitas	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
4.4 Analisis Diskriminan	52
4.4.1 Analysis Case Processing Summary	52

4.4.2 <i>Group Statistic</i>	52
4.4.3 <i>Test Equality Group Means</i>	43
4.5 Pembahasan	60
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

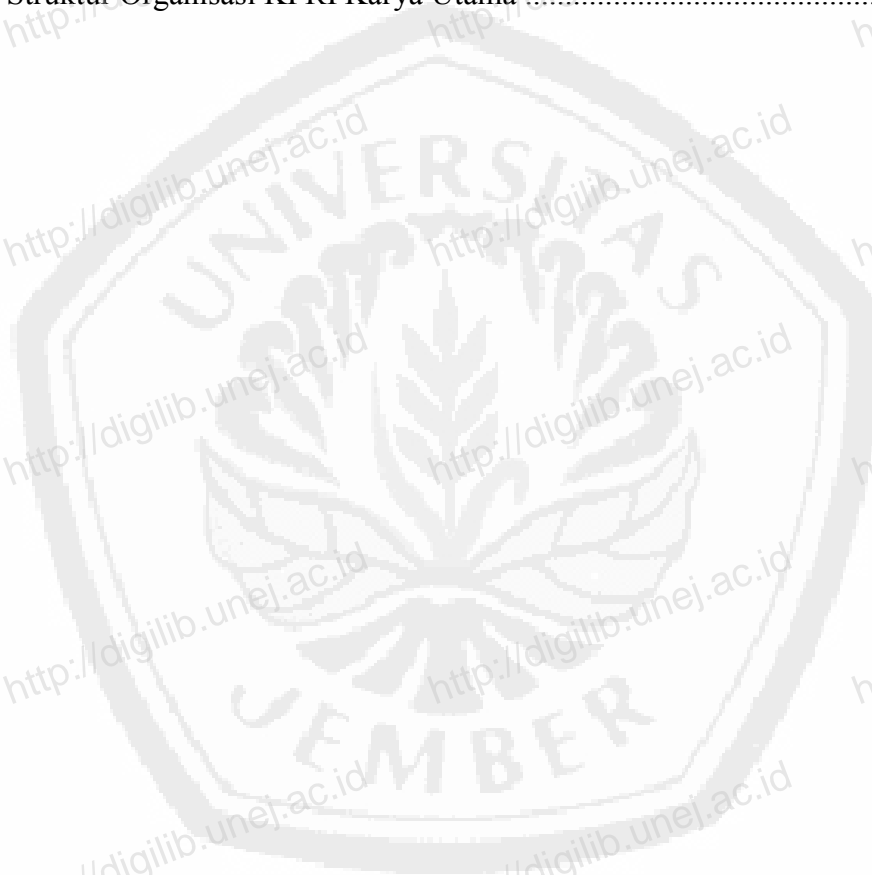


DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	8
4.1 Data Perkembangan Anggota	41
4.2 Jam Kerja Karyawan	41
4.3 Umur Responden	43
4.4 Jenis Kelamin Responden	43
4.5 Jarak Rumah responden	44
4.6 Status Keanggotaan Responden	44
4.7 Frekuensi Belanja Responden	45
4.8 Pendapatan responden	46
4.9 Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	47
4.10 Hasil Uji Validitas Data	51
4.11 Reliabilitas Instrumen Penelitian	51
4.12 <i>Analysis Case Processing Summary</i>	52
4.13 Kelompok statistik Perilaku Konsumen Terhadap Frekuensi Pembelian	53
4.14 <i>Test Of Equity Group Means</i>	54
4.15 <i>Wilk's Lambda</i>	55
4.16 Koefisien Diskriminan	56
4.17 Structure Matrix	57
4.18 <i>Canonical Discriminant Function Coefficients</i>	58
4.19 Tabel Fungsi Grup <i>Centroid</i>	58
4.20 Hasil Klasifikasi Diskriminan	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Model Perilaku Konsumen	14
2.2 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	16
2.3 Kerangka Konseptual	21
3.1 Langkah-langkah Analisis Diskriminan	30
3.2 Kerangka Pemecahan Masalah	31
4.1 Struktur Organisasi KPRI Karya Utama	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Data

Lampiran 5 Hasil Uji konfirmatori

Lampiran 6 Hasil Revisi Model

