



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DI SWALAYAN
DANI JAYA BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Agung Sudrajat
NIM 030810201213

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini teruntuk:

Ibuku (Alm.) tercinta, yang telah memberikan segala kasih dan sayangnya yang tiada terhingga dan serangkaian doa yang tiada putusnya”

*Kakakku Eva dan Lia
yang senantiasa menyayangi, mendoakan dan menasehatiku.
Terima kasih atas dukungan kalian.*

*Honey Tersayang
yang selalu disampingku dan setia menungguku serta senantiasa
membahagiakanku*

*Sahabat-sahabatku,
atas persahabatan yang kalian berikan padaku yang
tak mungkin terulang dan tergantikan.*

....serta Almamater yang kubanggakan....

MOTTO

“Aku Bersaksi Bahwa Tiada Tuhan Selain Allah”

*“Keridhaan Allah Bergantung Pada Keridhaan Ibu Bapak, Demikian
Pula Kemurkaan Allah Bergantung Kepada Kemurkaan Ibu Bapak”
(HR. Tarmidzi)*

*Tiada harta yang lebih berharga dari akal,
Tiada kebijaksanaan yang lebih baik daripada hidup sederhana dan
terencana, tiada kemuliaan yang lebih tinggi daripada ketaqwaan,
dan tiada harta warisan yang lebih besar daripada ilmu.
(Ali bin Abi Thalib, RA)*

*Kebahagiaan bukanlah pemberian orang lain,
Tetapi kebahagiaan datang dari dalam diri, karenanya
Haruslah kebahagiaan itu diperjuangkan sendiri.
(Anonim)*

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan faktor produk, harga, promosi, pelayanan, atribut fisik, dan lokasi baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk berbelanja. Penelitian ini dilakukan pada tahun 2008 di swalayan Dani Jaya Bondowoso. Populasinya adalah orang yang berbelanja di swalayan Dani Jaya Bondowoso mulai Januari 2008 sampai dengan Mei 2008. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dengan metode *accidental sampling* yaitu teknik sampling dengan cara melakukan wawancara pada konsumen yang ditemui sedang melakukan transaksi pembelian. Variabel operasional yang digunakan terdiri dari variabel kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dan Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, Atribut Fisik, serta Lokasi sebagai variabel bebas. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menghitung pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dan bersama-sama. Hasil analisis data menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat pada hasil uji t yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah variabel bebas mempunyai pengaruh dari masing-masing variabel independen dapat dilihat dari besarnya koefisien regresi yaitu untuk variabel produk sebesar 0,303, Variabel harga sebesar 0,145, variabel promosi sebesar 0,200, variabel pelayanan sebesar 0,199, variabel Atribut Fisik sebesar 0,180, dan variabel lokasi sebesar 0,185. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F menunjukkan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $94,176 > 2,53$ yang berarti bahwa kelima variabel secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada tingkat signifikansi 5%. Hasil pengujian dengan uji F menunjukkan bahwa variabel produk harga, promosi, pelayanan, atribut fisik dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumen berbelanja di swalayan Dani Jaya Bondowoso.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur terpanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya sehingga skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Swalayan Dani Jaya Bondowoso” dapat terselesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. H. Amiri, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran, perhatian dan selalu memberikan motivasi untuk terus belajar.
4. Ibu Ika Barokah S, SE, MM, selaku dosen Pembimbing II yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran dan perhatian yang luar biasa.
5. Kedua orang tuaku Bapak Gatot Iransyah (Alm.) dan Ibu Suhaiyami Iransyah (Alm.) tercinta yang telah memberikan kasih dan sayang yang tiada batasnya dan doa yang tiada putusnya.
6. Mbak Eva dan Mbak Lia atas segala dukungan dan doanya.
7. Honey tercinta yang telah menemani hari-hariku dan mendukung serta membantuku menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman Manajemen '03 Rustam, Reza, Noufal, Hedor, Toni, Arie, Agung, Mamik, yang tidak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih atas kerjasama dan persaudaraannya selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima Kasih.

Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Jember, Oktober 2008

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Landasan Teori	4
2.1.1 Konsep Pemasaran dan Orientasi Pasar	4
2.1.2 Konsep Perilaku Konsumen	5
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen	6
2.1.4 Model Perilaku Konsumen	8
2.1.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Pembelian ..	10
2.1.6 Model Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.7 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian konsumen ...	14
2.1.8 Pengertian Pembelian dan Peran Pembelian	15

2.1.9 Struktur Keputusan Pembelian	16
2.2 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	16
2.3 Hipotesis	18
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Rancangan Penelitian	19
3.2 Identifikasi Variabel	19
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	21
3.4 Metode Penelitian	25
3.4.1 Populasi dan Sampel	25
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5 Teknik Pengukuran	26
3.6 Metode Analisis	26
3.6.1 Uji Validitas	27
3.6.2 Uji Reliabilitas	27
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	28
3.6.4 Analisis Koefisien Determinasi Berganda	28
3.6.5 Pengujian Hipotesis	29
3.7 Uji Asumsi Klasik	30
3.8 Kerangka Pemecahan Masalah	32
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	34
4.1.1 Sejarah Singkat dan Profil Perusahaan	34
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.2 Gambaran Umum Responden	38
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	38
4.2.2 Tingkat Pendidikan Responden	38
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
4.3.1 Keputusan Konsumen Berbelanja (Y)	39
4.3.2 Variabel Produk (X ₁).....	41
4.3.3 Variabel Harga (X ₂)	42
4.3.4 Variabel Promosi (X ₃).....	43

4.3.5 Variabel Pelayanan (X4).....	44
4.3.6 Variabel Atribut Fisik (X5)	46
4.3.7 Variabel Lokasi Swalayan (X6)	48
4.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuisisioner	49
4.5 Analisis Hasil Penelitian	51
4.5.1 Analisis Regresi Linear Berganda	51
4.5.2 Uji F	53
4.5.3 Pengujian secara Parsial (Uji t)	54
4.5.4 Penentuan Variabel Bebas Yang Berpengaruh Paling Besar	57
4.6 Uji Asumsi Klasik	58
4.7 Pembahasan	60
4.7.1 Pengaruh Karakteristik Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, Atribut fisik dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Berbelanja Di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Secara Bersama – sama	60
4.7.2 Pengaruh Karakteristik Produk, Harga, Promosi, Pelayanan, Atribut fisik dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Berbelanja Di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Secara Parsial	61
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Simpulan	64
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	
- Kuisisioner	
- Hasil Olah Data SPSS	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2008	32
Tabel 4.2	: Karakteristik Responden Berdasar Tingkat Pendidikan Tahun 2008	33
Tabel 4.3	: Penilaian Konsumen Terhadap Keputusan Berbelanja di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	34
Tabel 4.4	: Penilaian Konsumen Terhadap Produk di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	36
Tabel 4.5	: Penilaian Konsumen Terhadap Harga Produk di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	37
Tabel 4.6	: Penilaian Konsumen Terhadap Promosi di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	38
Tabel 4.7	: Penilaian Konsumen Terhadap Pelayanan di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	39
Tabel 4.8	: Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Fisik di Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	41
Tabel 4.9	: Penilaian Konsumen Terhadap Lokasi Swalayan Dani Jaya Bondowoso Tahun 2008	42
Tabel 4.10	: Rekapitulasi Pengujian Validitas	44
Tabel 4.11	: Hasil Uji Reabilitas	45
Tabel 4.12	: Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda	46
Tabel 4.13	: Hasil Perhitungan Uji t	48
Tabel 4.14	: Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi Parsial	52
Tabel 4.15	: Hasil Perhitungan VIF	53
Tabel 4.16	: Hasil Perhitungan Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	: Model Sederhana Perilaku Konsumen	10
Gambar 3.1	: Kerangka Pemecahan Masalah	27
Gambar 4.1	: Struktur Organisasi PT. Dani Jaya Bondowoso	30
Gambar 4.2	: Kurva Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variable Terikat Secara bersama-sama	48
Gambar 4.3	: Kurva Pengaruh Variabel Produk Terhadap Keputusan kosumen berbelanja (Uji t)	49
Gambar 4.4	: Kurva Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan kosumen berbelanja (Uji t)	49
Gambar 4.5	: Kurva Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Kosumen Berbelanja (Uji t)	50
Gambar 4.6	: Kurva Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Keputusan Kosumen Berbelanja (Uji t)	50
Gambar 4.7	: Kurva Pengaruh Variabel Atribut Fisik Terhadap Keputusan Kosumen berbelanja (Uji t)	51
Gambar 4.8	: Kurva Pengaruh Variabel Pelayanan Terhadap Keputusan Kosumen Berbelanja (Uji t)	51