



**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:

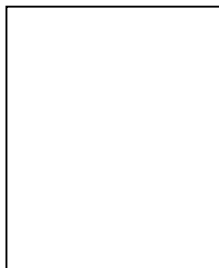
Nama : Vinda Icun Sylviana  
NIM : 070810291180  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

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

NIP. 19501221 197801 1 001

Dr. Deasy Wulandari, SE, M.Si

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

<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>23</b>
<b>3.3 Metode Pengumpulan Data.....</b>	<b>24</b>
3.3.1 Populasi .....	24
3.3.2 Sampel .....	24
<b>3.4 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>24</b>
3.4.1 Populasi .....	24
3.4.2 Sampel .....	24
<b>3.5 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>25</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel.....</b>	<b>25</b>
<b>3.7 Teknik Pengukuran .....</b>	<b>27</b>
<b>3.8 Teknik Pengujian Instrumen Penelitian .....</b>	<b>28</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	28
3.8.2 Uji Reliabilitas .....	28
<b>3.9 Metode Analisis Data .....</b>	<b>29</b>
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>31</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>33</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>33</b>
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
<b>4.2 Deskripsi Responden .....</b>	<b>42</b>
4.2.1 Karakteristik Responden .....	42
4.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian .....	46
<b>4.3 Uji Instrumen Data.....</b>	<b>50</b>
4.3.1 Uji Validitas .....	50
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	51
<b>4.4 Analisis Diskriminan .....</b>	<b>52</b>
4.4.1 <i>Analysis Case Processing Summary</i> .....	52

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

## 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