



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI
PRODUK KAOS OBLONG PADA GARMEN IYAN JAYA JEMBER**

*Influence Factors on The Consumers Buying of T-Shirt Product
At Iyan Jaya Garment Jember*

SKRIPSI

Oleh

Agus Supriono
NIM 070910292025

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER**

2011



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI
PRODUK KAOS OBLONG PADA GARMEN IYAN JAYA JEMBER**

*Influence Factors on The Consumers Buying of T-Shirt Product
At Iyan Jaya Garment Jember*

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (S1)
dan mencapai gelar Sarjana Sosial

Oleh

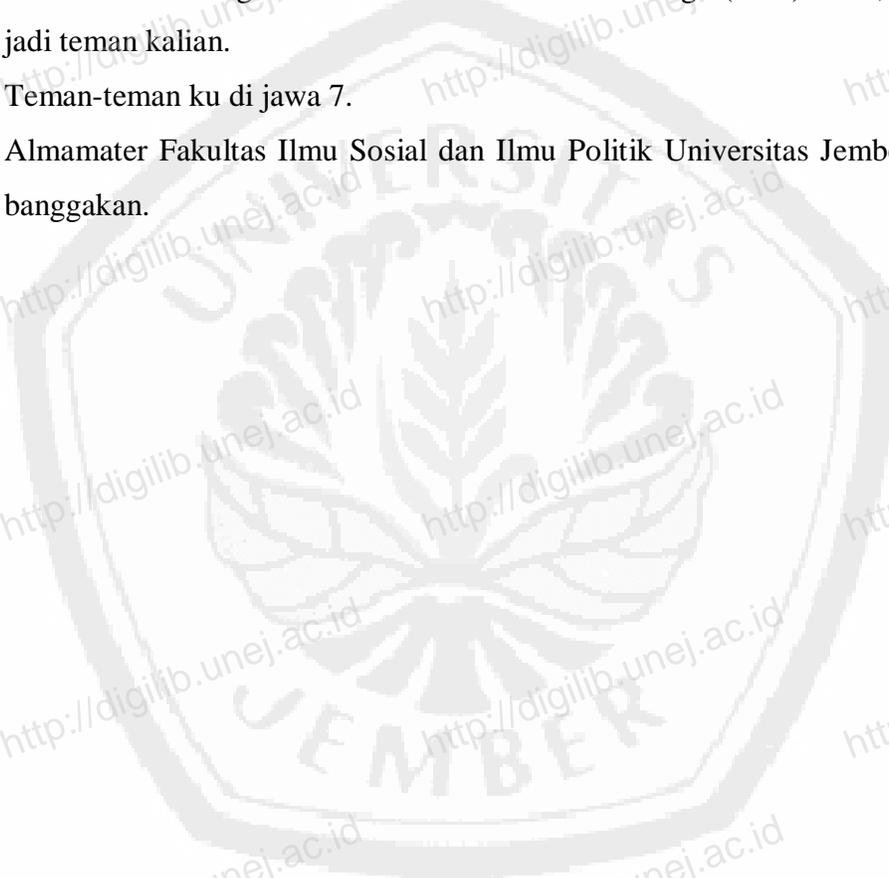
Agus Supriono
NIM 070910292025

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
JURUSAN ILMU ADMINISTRASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS JEMBER
2011**

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Ayahanda Suyanto dan Ibunda Molyati tercinta yang telah memberikan aku kasih sayang, cinta, doa, semangat, dan materi yang tak ternilai harganya.
2. Teman-teman Program Studi Ilmu Administrasi Niaga (Sore) 2007, aku bangga jadi teman kalian.
3. Teman-teman ku di jawa 7.
4. Almamater Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember yang aku banggakan.



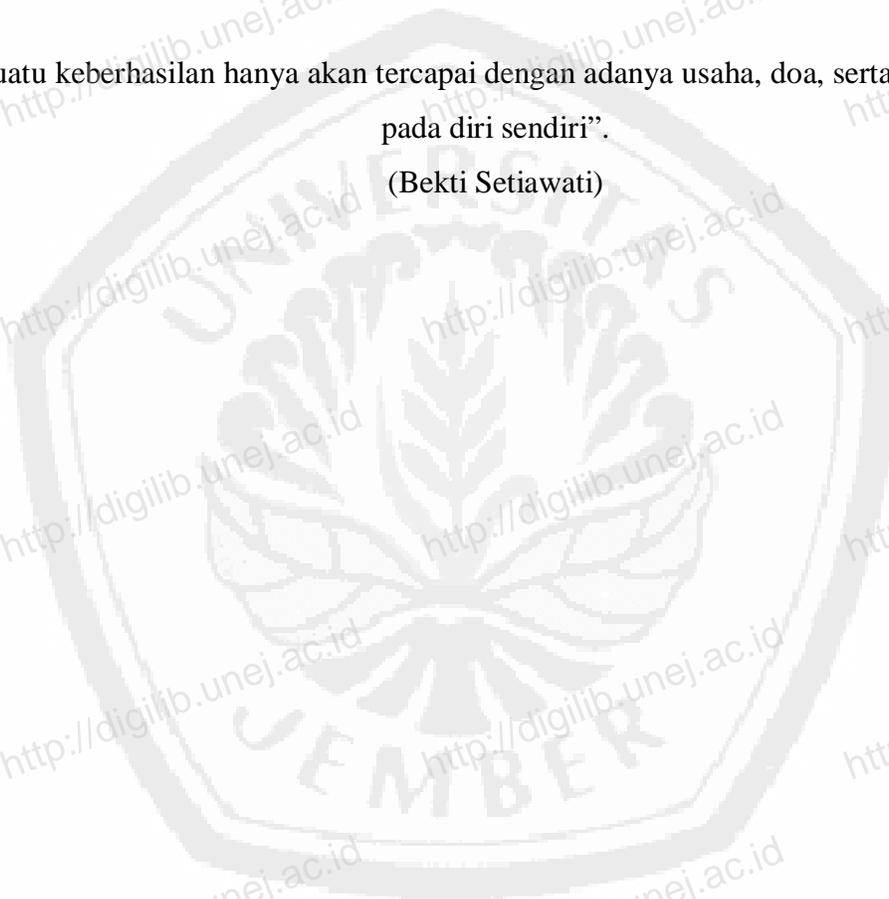
MOTTO

“Cita-cita masa depan itu sesungguhnya di bangun berdasarkan pada perjuangan yang dilakukan hari ini”.

(Kahlil Gibran)

“Suatu keberhasilan hanya akan tercapai dengan adanya usaha, doa, serta keyakinan pada diri sendiri”.

(Bekti Setiawati)



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Agus Supriono

Nim : 070910292025

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk Kaos Oblong Pada Garmen Iyan Jaya Jember” adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia menerima sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 9 Agustus 2011

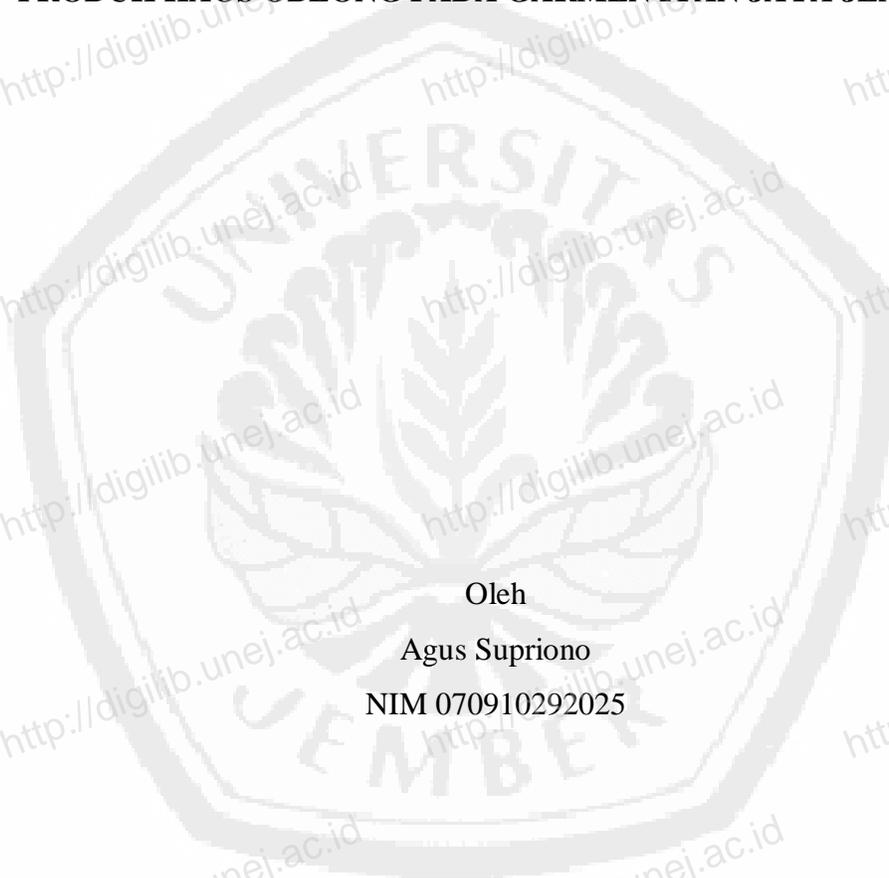
Yang Menyatakan,

Agus Supriono

NIM 070910292025

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI
PRODUK KAOS OBLONG PADA GARMEN IYAN JAYA JEMBER**



Oleh

Agus Supriono

NIM 070910292025

Pembimbing

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Sugeng Iswono, M.A

Dosen Pembimbing Anggota : Drs. Totok Supriyanto, M.Si

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk Kaos Oblong Pada Garmen Iyan Jaya Jember” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember pada:

Hari, tanggal : Kamis, 15 September 2011

Tempat : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember

Tim Penguji:

Ketua,

Sekretaris,

Drs. Didik Eko Julianto, MAB
NIP 19610722 198902 1 001

Drs. Sugeng Iswono, M.A
NIP 19540202 198403 1 004

Anggota Tim Penguji,

1. Drs. Totok Supriyanto, M.Si ()
NIP 19501004 197702 1 001
2. Ika Sisbintari, S.Sos, MAB ()
NIP 19740207 200501 2 001
3. Drs. Suhartono, MP ()
NIP 19600214 198803 1 002

Mengesahkan
Dekan,

Prof. Dr. Hary Yuswadi, MA
NIP 19520727 198103 1 003

RINGKASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk Kaos Oblong Pada Garmen Iyan Jaya Jember, Agus Supriono, 070910292025, 2007, 56 halaman, Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Jember.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen membeli produk kaos oblong pada Garmen Iyan Jaya Jember. Untuk itu permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen membeli produk kaos oblong pada Garmen Iyan Jaya Jember.

Penelitian ini dilakukan di Garmen Iyan Jaya Jember. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif, dalam penelitian ini peneliti bekerja berdasarkan sampel yaitu konsumen kaos oblong, sehingga tekni sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Untuk menganalisis data menggunakan tabel frekuensi.

Hasil yang diperoleh berdasarkan analisis tabel frekuensi dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen membeli produk kaos oblong pada Garmen Iyan Jaya Jember adalah budaya, faktor sosial yang terdiri dari teman dan tetangga, faktor psikologi yang terdiri dari persepsi dan sikap, serta faktor bauran pemasaran yang terdiri dari produk, ukuran produk, harga dan tempat.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk Kaos Oblong Pada Garmen Iyan Jaya Jember". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jember.

Skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih terutama kepada:

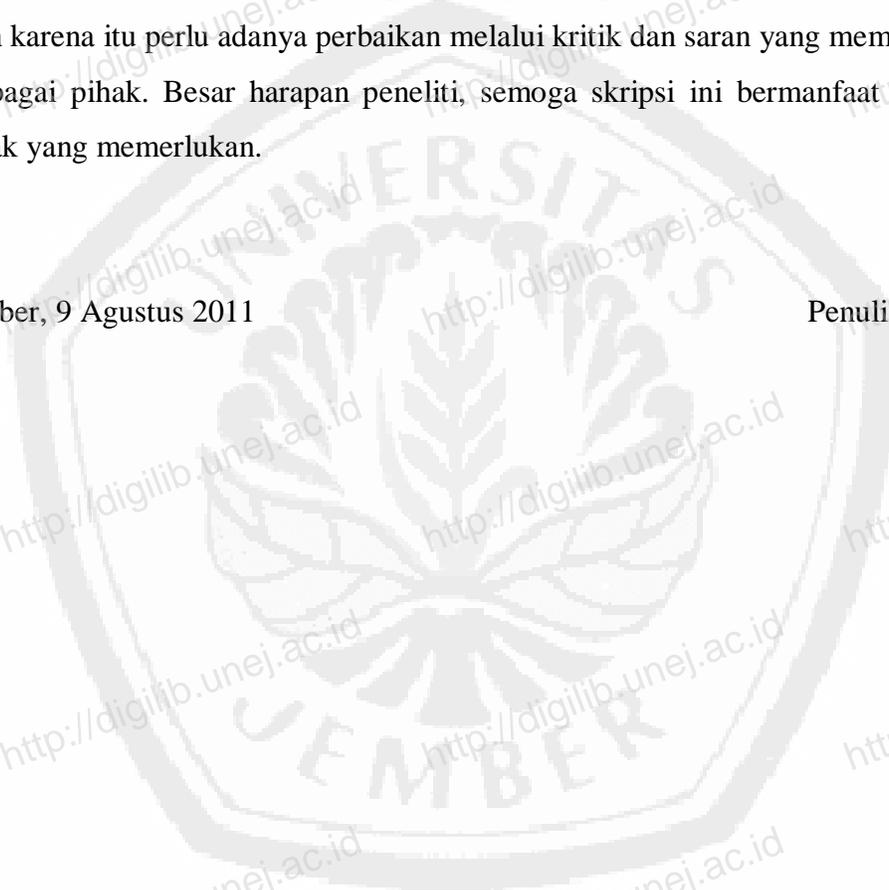
1. Bapak Prof. Dr. Hary Yuswadi, M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
2. Dr. Sasongko, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
3. Drs. Poerwanto, M.A selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.
4. Drs. Sugeng Iswono, M.A selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
5. Drs. Totok Supriyanto, M.Si selaku Dosen Pembimbing Anggota yang telah memberikan perhatian dan kesabaran untuk meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam memberikan bimbingan dan pengarahan yang bermanfaat pada penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Jember.

7. Seluruh karyawan Garmen Iyan Jaya Jember yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Kakak Saya Bapak Hasim Abas yang telah banyak membantu dan memotivasi penulis.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu perlu adanya perbaikan melalui kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Besar harapan peneliti, semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jember, 9 Agustus 2011

Penulis

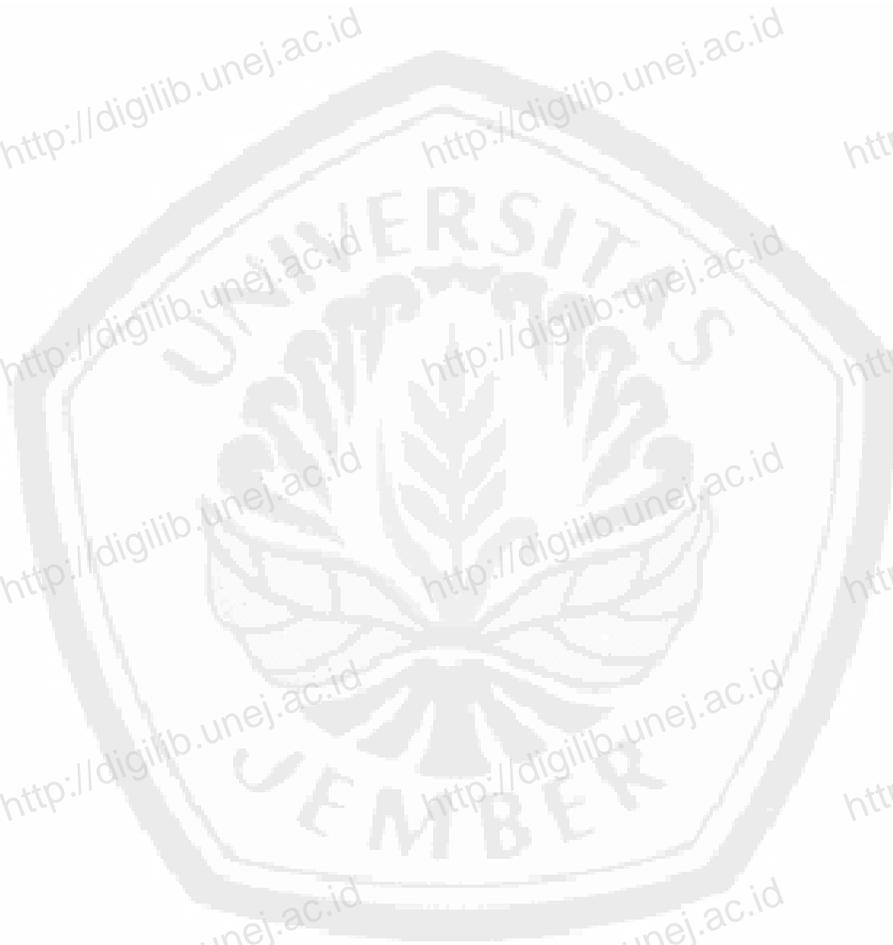


DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAM PERNYATAAN	v
HALAMAN PEMBIMBINGAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
RINGKASAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TUNJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Pengertian Produk	8
2.1.4 Atribut Produk	8
2.1.5 Pengertian Perilaku Konsumen	9

2.1.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumen	10
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	19
3.1 Metode Penelitian	19
3.2 Jenis Penelitian	19
3.3 Operasional Konsep	20
3.3.1 Faktor Budaya	20
3.3.2 Faktor Pribadi	20
3.3.3 Faktor Sosial	21
3.3.4 Faktor Psikologi	22
3.3.5 Faktor Bauran Pemasaran	22
3.4 Tahap Persiapan	23
3.5 Tahap Pengumpulan Data	26
3.6 Tahap Pengolahan Data	27
3.7 Model Penelitian	28
3.8 Tahap Analisis Data	29
3.9 Tahap Penarikan Kesimpulan	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.1 Sejarah Garmen Iyan Jaya Jember	30
4.1.2 Visi dan Misi Garmen Iyan Jaya Jember	32
4.1.3 Tujuan Garmen Iyan Jaya Jember	32
4.1.4 Struktur Organisasi Garmen Iyan Jaya Jember	33
4.1.5 Hari dan Jam Kerja	34
4.2 Analisis Tabel Frekuensi	35
4.3 Pembahasan	50
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan	56

5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	57
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data produksi rata-rata per tahun beberapa Garmen di Jember	3
Tabel 2.1 Perbedaan penelitian terdahulu	18
Tabel 3.1 Jumlah konsumen Garmen Iyan Jaya Jember bulan Januari sampai dengan Desember 2010	25
Tabel 4.1 Frekuensi faktor-faktor yang mendorong konsumen membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember	34
Tabel 4.2 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong karena memiliki arti penting dalam hidup	35
Tabel 4.3 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena posisi mereka di dalam masyarakat	36
Tabel 4.4 Umur responden	37
Tabel 4.5 Pekerjaan responden	37
Tabel 4.6 Pendidikan Responden	38
Tabel 4.7 Pendapatan responden	38
Tabel 4.8 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena pengaruh dari keluarga	39
Tabel 4.9 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena pengaruh dari teman dan tetangga	40
Tabel 4.10 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong Garmen Iyan Jaya Jember karena dengan memakai	

produk tersebut menjadi lebih bergaya	41
Tabel 4.11 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena ketepatan waktu dalam penyelesaiannya	42
Tabel 4.12 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember adalah hal yang menguntungkan	42
Tabel 4.13 Sikap responden setelah membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember	43
Tabel 4.14 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena tergolong produk yang lebih awet	44
Tabel 4.15 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena ukurannya yang lebih bervariasi	45
Tabel 4.16 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena harganya lebih murah dibandingkan produk lain yang sejenis	45
Tabel 4.17 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena potongan harga yang diberikan	46
Tabel 4.18 Tanggapan responden membeli produk kaos oblong di Garmen Iyan Jaya Jember karena letaknya yang lebih strategis dan lebih terjangkau	47
Tabel 4.19 Tanggapan responden terhadap promosi yang dilakukan Garmen Iyan Jaya Jember melalui media cetak (koran) membuat anda lebih tertarik membeli produk kaos oblong	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 4P dari Bauran Pemasaran	15
Gambar 3.1 Model Penelitian	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Garmen Iyan Jaya Jember	33

