



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CARREFOUR  
JEMBER SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA**

**SKRIPSI**

Oleh  
**Adi Nugraha**  
**NIM 070810201152**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2011**



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH  
CARREFOUR JEMBER SEBAGAI TEMPAT  
BERBELANJA

SKRIPSI

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

oleh

Adi Nugraha  
NIM 070810201152

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER

2011

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adi Nugraha

NIM : 070810201152

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul: Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Carrefour Jember sebagai tempat berbelanja adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 16 Juni 2011

Yang menyatakan,

(Adi Nugraha)  
NIM. 07081020152

## TANDA PERSETUJUAN

Judul : Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi  
Keputusan Konsumen Dalam Memiih Carrefour  
Jember Sebagai Tempat Berbelanja

Nama : Adi Nugraha  
NIM : 070810201152  
Jurusan : Manajemen  
Disetujui tanggal : 15 Juni 2011

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs.H Abdul Halim. M.si,  
NIP. 19501221 197801 1001

Ika Barokah.SE.MM  
NIP. 19780525 200312 2002

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Hj. Istifadah, M.Si  
NIP. 19661020 199002 2 001



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku Ayahanda Prayitno dan ibunda Marijatcik yang selalu mendoakan dan memberikan kasih sayang yang tak terhingga.
2. Kakak-kakaku tersayang Mas hendrawan, Mbak Nita ,Mbak Umi (Alm) Mas Rofiq dan Mbak iin yang telah memberikan dukungan dan doa hingga terselesaikan skripsi ini.
3. Seluruh Guruku dan Dosenku yang telah membimbingku dan memberikan ilmu tanpa tanda jasa dengan sepenuh hati.
4. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang kubanggakan.

## MOTTO

“Barang siapa diuji lalu bersabar, diberi lalu bersyukur, didzalimi lalu beristigfar,  
maka bagi mereka keselamatan dan mereka tergolong orang- orang yang  
memperoleh hidayah”

H.R. AL-Baihaqi

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila  
kamu selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan  
sungguh-sungguh urusan yang lain, dan hanya kepada  
Allahlah hendaknya kamu berharap”.

(QS. Alam Nasrah Ayat 6-8)

“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu dan sesungguhnya  
yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang  
yang khusyu”.

(QS. Al-Baqarah : 45)

## ABSTRACT

This study aimed to determine whether there is simultaneous and the partial effect of the reference group, social class, price, product, physical evidence, promotion, service quality, facilities and location of the consumer's decision in choosing a place to shop Carrefour Jember, sample method is to use a method Accidental Sampling. this study using the method of Multiple Linear Regression Analysis.

Simultaneously the reference group variables ( $X_1$ ), social class ( $X_2$ ) Price ( $X_3$ ), Products ( $X_4$ ), physical evidence ( $X_5$ ), Promotion ( $X_6$ ), Quality of service ( $X_7$ ), Facility ( $X_8$ ) and Location ( $X_9$ ) significant effect on consumer decisions in the Carrefour Shopping in Jember. This can be evidenced from the results of analysis that the F test.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21.399 > 1.974$ ) the amount of influence can be seen from the R Square is equal to 0.842 which indicates that the influence of independent variables on the dependent variable in the decision of consumers shopping at Carrefour Jember amounted to 84.2%, while the remaining  $100\% - 84.2\% = 16.8\%$  influenced by variables other than research. Partial results of the analysis using t test showed that the reference group variables ( $X_1$ ), Price ( $X_3$ ); Products ( $X_4$ ), Promotion ( $X_6$ ), Quality of service ( $X_7$ ), Facility ( $X_8$ ) and Location ( $X_9$ ) significantly influenced decisions of consumers in shopping at Carrefour Jember because all variables have consecutive  $t_{hitung}$  which is greater than  $t_{Table}$  1.982, while the social class variables ( $X_2$ ) and Physical Evidence ( $X_5$ ) has no effect real impact on consumer decisions in shopping at Carrefour thitung Jember, which had a 0.552 and 0,897 smaller than 1.982 TTable, variables that have the most dominant influence on consumer decisions in making a purchase at Carrefour Jember is a product variable ( $X_4$ ) because it has the largest value is: 3.580

Conclusion Overall the independent variable (Group Reference, Social class, price, product, physical evidence, promotion, quality of service, facilities and location either partially or simultaneously positive and significant effect on the dependent variable (motivation Purchase), whereas the most influential variable in the decision konsumenberbelanja is a variable that is a product that has the highest coefficient of 3.580.

Keyword : reference group , social class, Price , Products , physical evidence Promotion , Quality of service , Facility and Location, Multiple Linear Regression Analysis, consumer shopping decisions



## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh simultan dan parsial dari kelompok acuan, kelas sosial, harga, produk, bukti fisik, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour Jember sebagai tempat berbelanja, metode pengambilan sampel adalah dengan menggunakan metode Accidental Sampling. penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda.

Pengaruh simultan variabel kelompok acuan ( $X_1$ ), kelas sosial ( $X_2$ ) Harga ( $X_3$ ), Produk ( $X_4$ ), bukti fisik ( $X_5$ ), Promosi ( $X_6$ ), Kualitas pelayanan ( $X_7$ ), Fasilitas ( $X_8$ ) dan Lokasi ( $X_9$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih Carrefour Jember sebagai tempat berbelanja. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis yang uji F.  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $21,399 > 1,974$ ), jumlah pengaruh dapat dilihat dari R Square sebesar 0,842 yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam keputusan belanja konsumen di Carrefour Jember sebesar 84,2%, sementara dipengaruhi oleh variabel lain selain penelitian. Sebagian hasil analisis dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa variabel kelompok acuan ( $X_1$ ), Harga ( $X_3$ ); Produk ( $X_4$ ), Promosi ( $X_6$ ), Kualitas pelayanan ( $X_7$ ), Fasilitas ( $X_8$ ) dan Lokasi ( $X_9$ ) secara signifikan mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Carrefour Jember karena semua variabel yang memiliki  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,982, sedangkan variabel kelas sosial ( $X_2$ ) dan Bukti Fisik ( $X_5$ ) tidak berdampak efek nyata pada keputusan konsumen dalam berbelanja di Carrefour Jember  $t_{hitung}$ , yang memiliki 0,552 dan 0.897 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  1,982, variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Carrefour Jember adalah variabel produk ( $X_4$ ) karena memiliki nilai terbesar adalah: 3,580. Kesimpulan Secara keseluruhan variabel independen (Kelompok Referensi, kelas sosial, harga, produk, bukti fisik, promosi, kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi baik sebagian atau efek secara simultan positif dan signifikan terhadap variabel dependen, sedangkan variabel yang paling berpengaruh di konsumen berbelanja keputusan adalah variabel yang merupakan produk yang memiliki koefisien tertinggi 3,580.

Kata kunci: kelompok acuan, kelas sosial, Harga, Produk, Promosi, Bukti fisik, Kualitas layanan, Fasilitas dan Lokasi, Analisis Regresi Linear Berganda, Keputusan Konsumen Berbelanja

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkah dan limpahan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Carrefour Jember Sebagai Tempat Berbelanja ”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa terselesainya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, dan saran dari semua pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr.H.M. Saleh, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember;
2. Drs. Abdul Halim.M.si. selaku Dosen Pembimbing I dan ibu Ika Barokah. SE. MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Prof. Dr. Istifadah, S.E, M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember dan Bapak Dr. M. Dimiyati, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomu Universitas Jember
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah memberikan ilmu kepada saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan studi ini.
5. Seluruh karyawan dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang memberikan waktunya demi kelancaran penelitian ini.
6. Ayahanda Prayitno dan Ibunda Marijatcik serta saudara-saudaraku tersayang (Mas Hendrawan, mbak Anita, Mas Rofiq dan Mbak Iin) atas dukungan dan doanya selama pelaksanaan hingga terselesaikannya skripsi ini;

7. Teman-teman Manajemen angkatan 2007 Sara Utami, Alifa, Fitria, Lily, Abu Hasan, Abdul hanan, Lutfi amin dan Angga dwi (GOM PLAYER) dan khususnya teman-teman konsentrasi pemasaran yang senantiasa memberikan bantuan dan motivasi serta kerjasamanya yang begitu indah.
8. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk dapat lebih menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang memerlukannya.

Jember, September 2011

Adi Nugraha

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	5
2.2 Proses Keputusan Pembelian .....	6
2.3 Perilaku Setelah Pembelian .....	8
2.4 Model-Model Perilaku Konsumen .....	9
2.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen .....	15
2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	18
2.7 Kerangka Konseptual .....	21
2.8 Hipotesis .....	21

BAB 3. METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Rancangan Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5 Identifikasi Operasional Variabel .....	24
3.6 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	25
3.6.1 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.6.2 Skala Pengukuran.....	27
3.6.3 Kategorisasi .....	27
3.7 Metode Analisis Data .....	29
3.8.1 Uji Normalitas Data .....	29
3.8.2 Uji Validitas .....	29
3.8.3 Uji Reliabilitas .....	30
3.8.4 Transformasi Skala Ordinal Menjadi Skala Interval Menggunakan MSI.....	30
3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda .....	31
3.8.4 Uji Hipotesis.....	32
3.8.4.1 Uji F .....	32
3.8.4.2 Uji t .....	33
3.9 Uji Asumsi Klasik Model Regresi Berganda .....	33
3.9.1 Uji Normalitas .....	34
3.9.1 Uji Asumsi klasik Multikolinearitas.....	34
3.9.2 Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas .....	34
3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....	35
BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	37
4.1.1 Sejarah Singkat Carrefour Jember .....	37
4.1.2 Visi dan Misi Carrefour Jember.....	38
4.1.3 Ketenagakerjaan atau personalia Carrefour Jember.....	38
4.1.4 Struktur Organisasi Carrefour Jember.....	40

4.1.5 Tugas dan Wewenang.....	40
4.2 Gambaran Umum Responden.....	44
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
4.2.2 Jenjang Pendidikan Responden.....	44
4.2.3 Jenis Pekerjaan Responden.....	45
4.3 Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.4 Uji Validitas dan Realibilitas.....	61
4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
4.6 Uji Hipotesis.....	67
4.6.1 Uji F.....	67
4.6.2 Uji t.....	67
4.7 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.8 Pembahasan dan Intrepetasi Hasil.....	73
4.7.1 Variabel yang mempengaruhi keputusan konsumen secara Simultan.....	73
4.7.2 Variabel yang mempengaruhi Keputusan Konsumen Secara parsial.....	74
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Perbedaan dan Persamaan Penelitian Dahulu dengan Sekarang...	20
Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	44
Tabel 4.3 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ....	45
Tabel 4.4 Tabel Penilaian konsumen terhadap variabel keputusan dan lainnya	46
Tabel 4.3 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Uji Validitas .....	56
Tabel 4.4 Tabel Rekapitulasi Perhitungan Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.7 Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji F .....	63
Tabel 4.9 Tabel Hasil Uji t .....	64
Tabel 4.10 Tabel Hasil Uji Normalitas .....	72
Tabel 4.11 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.12 Tabel Hasil Uji Hereroskedastisitas .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Halaman		
Gambar 2.1	Gambar Lima Tahap Proses Membeli .....	12
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 2.3	Kerangka Pemecahan Masalah .....	36
Gambar 3.1	Kategorisasi Keputusan Konsumen .....	48
Gambar 3.2	Kategorisasi Kelompok acuan .....	49
Gambar 3.3	Kategorisasi Kelas sosial .....	51
Gambar 3.4	Kategorisasi Harga .....	52
Gambar 3.5	Kategorisasi Produk .....	53
Gambar 3.5	Kategorisasi Bukti fisik .....	55
Gambar 3.6	Kategorisasi Promosi.....	56
Gambar 3.7	Kategorisasi Kualitas pelayanan .....	58
Gambar 3.8	Kategorisasi Fasilitas.....	59
Gambar 3.9	Kategorisasi lokasi .....	59
Gambar 3.10	Kategorisasi Keputusan Konsumen .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban
- Lampiran 3. Distribusi Jawaban Responden
- Lampiran 4 Perhitungan MSI (Methods of Successive Interval )
- Lampiran 5. Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 8. Hasil Uji Asumsi Klasik