



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN  
KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE CAMPUS RESTO**

*Analysis Of Factors Consumers Consider In Choosing Cafe Campus Resto*

**SKRIPSI**

Oleh

**Lingga Kencana**

**NIM 080810201137**

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Jember**

**2013**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN  
KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE CAMPUS RESTO**

*Analysis Of Factors Consumers Consider In Choosing Cafe Campus Resto*

**SKRIPSI**

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

Oleh

**Lingga Kencana**

**NIM 080810201137**

**Jurusan Manajemen**

**Fakultas Ekonomi**

**Universitas Jember**

**2013**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL**  
**UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI**

**PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini ;

Nama : Lingga Kencana

NIM : 080810201137

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **Analisis Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan  
Konsumen Dalam Memilih Cafe Campus Resto**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri. Apabila ternyata dikemudian hari skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini, Saya buat dengan sebenarnya.

Jember, 23 Februari 2013

Yang menyatakan,



Lingga Kencana  
NIM 080810201137

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul skripsi : Analisis Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen  
Dalam Memilih Cafe Campus Resto

Nama Mahasiswa : Lingga Kencana

NIM : 080810201137

Jurusan : S-1 Manajemen/ Reguler

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Tanggal Persetujuan : 24 Februari 2013

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Deasy Wulandari, S.E., M. Si  
NIP 19730908 200003 2 001

H. N. Ari Subagiyo, S.E., M.Si  
NIP 19731109 200003 1 002

Ketua Jurusan  
Manajemen

Prof. Dr. Isti Fadah. S.E., M.Si  
NIP 19661020 199002 2 001

## PENGESAHAN

### Judul Skripsi

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE CAMPUS RESTO**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh ;

Nama : Lingga Kencana

NIM : 080810201137

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan didepan panitia penguji pada tanggal ;

6 Maret 2013

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

### Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si. (.....)  
NIP. 19591013 198802 1 001
2. Sekretaris : H. N. Ari Subagio, S.E., M.Si. (.....)  
NIP. 19731109 200003 1 002
3. Anggota : Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si. (.....)  
NIP. 19730908 200003 2 001



Mengetahui/ Menyetujui  
Universitas Jember  
Fakultas Ekonomi  
Dekan,

Dr. Moehammad Fathorrazi, M.Si.  
NIP. 19630614 19900 2 100

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan kepada ;

1. Kedua orang tuaku tercinta “Tjandra Tjiptadi dan Ernalis Susiati”, yang telah mendoakan dan memberi kasih sayang serta atas pengorbanannya selama ini.
2. Kedua saudaraku “Lilian Cendana dan Lillah Lencana”, terimakasih dukungannya.
3. MC Family (Manajemen Cangkem – MCC) dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2008 F.E. – UNEJ.
4. Almamater yang aku banggakan UNIVERSITAS JEMBER.

## **MOTTO**

“Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras”. ; Thomas A. Edison

Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan ; Thomas A. Edison

“Orang sukses itu umumnya ahli dalam menyederhanakan masalah hidup, sehingga ia selamat dari perdebatan argumen, perbedaan pendapat, dan keraguan yang tidak perlu. Ia memotong serangkaian masalah dengan solusi yang dibutuhkan oleh semua orang” ; Michael Korda

“Yang Saya butuhkan adalah Anda” ; Andi Sularso

“Cari duit *or money* dengan berwirausaha adalah pilihan tepat setelah lulus kuliah” ; Lingga Kencana



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN  
KONSUMEN DALAM MEMILIH CAFE CAMPUS RESTO**

*Analysis Of Factors Consumers Consider In Choosing Cafe Campus Resto*

**SKRIPSI**

Oleh

**Lingga Kencana**

**NIM 080810201137**

Pembimbing

**Dosen Pembimbing I : Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si.**

**Dosen Pembimbing II : H. N. Ari Subagio, S.E., M.Si.**



## RINGKASAN

**Analisis Faktor-faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Memilih Cafe Campus Resto;** Lingga Kencana, 080810201137; 2013; 82 Halaman; Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penelitian ini berjudul “Analisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Cafe Campus Resto. Penelitian ini adalah bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Cafe Campus Resto. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Café Campus Resto.

Metode sampling yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 75 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 15 variabel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis faktor. Analisis faktor digunakan untuk mereduksi data, yaitu proses untuk meringkas sejumlah variabel menjadi lebih sedikit sehingga ditemukan faktor baru dan faktor pembentuknya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 15 variabel yang dijadikan sebagai indikator penelitian, terbentuk 4 faktor baru yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih Cafe Campus Resto. Faktor 1, yaitu faktor cita rasa makanan dengan variabel pembentuknya terdiri dari variabel cita rasa makanan, jam buka, kecepatan waktu penyajian, dan lokasi. Faktor 2, yaitu faktor reputasi cafe dengan variabel pembentuknya terdiri dari variabel keramahan pelayanan, rekomendasi kerabat, dan reputasi cafe. Faktor 3, yaitu faktor fasilitas memadai dengan variabel pembentuknya terdiri dari variabel harga, variabel fasilitas memadai, dan kondisi ruangan. Faktor 4, yaitu faktor lahan dan keamanan parkir dengan variabel pembentuknya terdiri dari variabel lahan dan keamanan parkir dan kebersihan ruangan dan peralatan.

**Kata kunci :** Faktor dan keputusan

## **SUMMARY**

*Analysis of Factors Consumers Consider In Choosing Resto Campus Cafe; Lingga Kencana, 080810201137; 2013; 82 Pages; Department of Management, Faculty of Economics, University of Jember..*

*This study entitled "Analysis of the factors that consumers consider in choosing Resto Campus Cafe. This study is aimed to identify and analyze the factors that consumers consider in making decisions on product purchases Resto Cafe Campus. The population in this study is that consumers Resto Campus Café.*

*The sampling method used was purposive sampling with the number of respondents by 75 people. The variables used were as many as 15 variables. The method of analysis used is the factor analysis. Factor analysis is used to reduce the data, ie the process to summarize the number of variables becomes less so found a new factor and its constituent factors. The results showed that of the 15 variables were used as indicators of research, formed four new factors that are considered by consumers in choosing Resto Campus Cafe. Factor 1, the food taste factor with its constituent variables consist of variable taste of food, hours of operation, speed of presentation time, and location. Factor 2, the reputation factor cafe with its constituent variables consist of variables hospitality services, on relatives, and reputation cafe. Factor 3, the factor with the variable constituent adequate facilities consist of a variable price, variable adequate facilities, and the condition of the room. Factor 4, the factor of safety parking area and consists of a variable constituent variables land and parking lot security and cleanliness of the room and equipment.*

**Keywords** : *factors and decisions*

## **KATA PENGANTAR**

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan rahmatNya, karena tanpaNya tidak ada suatu hajatpun yang dapat terlaksana. Skripsi yang penulis ajukan merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang amat besar kepada ;

1. Bapak Dr. Mohammad Fathorozi, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Prof. Dr. Istifadah. SE., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Ibu Dr. Deasy Wulandari, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I dan H. N. Ari Subagio, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang perhatian dan sabar memberikan segenap waktu dan pemikiran, bimbingan, semangat, juga nasehat yang sangat bermanfaat sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Imam Suroso, S.E., M.Si., selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ketua Tim Penguji.
5. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan studi.
6. Teristimewa Bapakku dan Ibu tersayang. Terima kasih teramat atas moril dan materiil, juga semangat, doa, nasehat, kasih sayang, dan juga perhatian.
7. MC Family (Manajemen Cangkem – MCC) dan rekan atau kawanku seluruh manajemen 2008 F.E. – UNEJ, terimakasih untuk doa dan bantuannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik karena keterbatasan ilmu yang dimiliki maupun kesalahan dari pihak pribadi. Demikian, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi almamater tercinta, serta bagi setiap pembaca pada umumnya.

Jember, 15 Maret 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	vii
<b>HALAMAN PEMBIMBING</b> .....	vii
<b>RINGKASAN</b> .....	viii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	x
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	5
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	6
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	6
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	7
2.1.1 Pemasaran .....	7
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	8
2.1.3 Perilaku Konsumen .....	10

2.1.4 Model Perilaku Konsumen .....	12
2.1.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen .....	13
2.1.6 Keputusan Pembelian .....	18
<b>2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3 Kerangka Konseptual .....</b>	<b>25</b>
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
<b>3.1 Rancangan Penelitian .....</b>	<b>26</b>
<b>3.2 Jenis Data .....</b>	<b>26</b>
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>27</b>
3.3.2 Populasi .....	27
3.3.2 Sampel .....	27
<b>3.4 Metode Pengumpulan Data .....</b>	<b>28</b>
<b>3.5 Identifikasi Variabel .....</b>	<b>28</b>
<b>3.6 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>29</b>
<b>3.7 Teknik Pengukuran Data .....</b>	<b>30</b>
<b>3.8 Uji Instrumen .....</b>	<b>31</b>
3.8.1 Uji Validitas .....	31
3.8.1 Uji Reabilitas .....	31
<b>3.9 Analisa Data .....</b>	<b>32</b>
3.9.1 Analisis Faktor .....	32
<b>3.10 Kerangka Pemecahan Masalah .....</b>	<b>34</b>
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>37</b>
<b>4.1 Hasil Penelitian .....</b>	<b>37</b>
4.1.1 Gambaran Umum Cafe Campus Resto .....	37
4.1.2 Struktur Organisasi Cafe Campus Resto .....	38
4.1.3 Pesonalia .....	39

4.1.4 Karakteristik Responden .....	40
4.1.5 Distribusi Frekuensi .....	42
<b>4.2 Uji Instrumen .....</b>	<b>45</b>
4.2.1 Uji Validitas .....	45
4.2.2 Uji Reabilitas .....	46
<b>4.3 Hasil Analisis Faktor .....</b>	<b>47</b>
4.3.1 <i>Analisis Barlett's Test of Sphericity</i> .....	47
4.3.2 Analisis KMO .....	47
4.3.3 Analisis <i>Anti Image Matrices</i> .....	48
4.3.4 Menentukan Jumlah Faktor .....	49
4.3.5 Rotasi Faktor .....	49
4.3.6 Interpretasi Faktor .....	51
<b>4.4 Pembahasan .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perkembangan PDRB Sektor Pariwisata Kabupaten Jember .....	1
1.2 Data Jumlah Cafe Yang Ada di Kabupaten Jember .....	2
1.3 Data Jumlah Kunjungan Pada Cafe Campus Resto .....	3
2.1 Perbedaan Penelitian Sebelumnya .....	24
4.1 Karakteristik Usia Responden .....	40
4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	40
4.3 Karakteristik Pekerjaan/ Profesi Responden .....	40
4.4 Distribusi Frekuensi .....	42
4.5 Hasil Uji Validitas .....	46
4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
4.7 <i>KMO dan Barlett's Test</i> .....	47
4.8 Nilai MSA .....	48
4.9 <i>Total Variance Explained</i> .....	49
4.10 <i>Rotated Component Matrix<sup>n</sup></i> .....	50
4.11 Interpretasi Faktor .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar	Halaman
2.1 Konsep Inti Pemasaran .....	7
2.2 Model Rangsangan – Tanggapan .....	12
2.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	13
2.4 Model Lima Tahapan Proses Membeli .....	20
2.5 Kerangka Konseptual Penelitian .....	25
2.6 Kerangka Pemecahan Masalah .....	35
4.1 Peta Lokasi Cafe Campus Resto .....	37
4.2 Struktur Organisasi Cafe Campus Resto .....	39



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	61
Lampiran 2. Rekapitulasi Jawaban Responden .....	64
Lampiran 3. Distribusi Frekuensi .....	66
Lampiran 4. Hasil Validitas .....	71
Lampiran 5. Hasil Reabilitas .....	74
Lampiran 6. Hasil <i>Factor Analysis</i> .....	75