



**ANALISIS HUBUNGAN MOTIF KOGNITIF TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN SWALAYAN
(Studi Kasus pada Indomaret Tanggul Jember)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember**

Oleh:

DEDY ACHMAD SETIADI

NIM 060810291258

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2008

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama Mahasiswa : **DEDY ACHMAD SETIADI**

NIM : **060810291258**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi**

Judul Skripsi : **ANALISIS HUBUNGAN MOTIF KOGNITIF
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
SWALAYAN (Studi Kasus pada Indomaret Tanggul
Jember)**

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil saya sendiri. Apabila ternyata di kemudian 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, 2008

Yang menyatakan,

DEDY ACHMAD SETIADI

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS HUBUNGAN MOTIF KOGNITIF
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
SWALAYAN
(Studi Kasus pada Indomaret Tanggul Jember)**

Nama Mahasiswa : DEDY ACHMAD SETIADI
NIM : 060810291258
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Disetujui Tanggal : 20 Oktober 2008

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Imam Suroso, SE., Msi
NIP. 131 759 838

Drs. Didik Pudjo M, MS
NIP. 131 627 513

Mengetahui;

Ketua Jurusan

Dr. Hari Sukarno, MM
NIP. 131 759 761

Skripsi ini saya persembahkan kepada :

- Ibu dan Bapak yang telah memberikan cinta dan kasih sayang sejati yang tulus.
- Kakak dan keponakan-keponakakan aku yang aku sayang
- Alek ku yang ku chayang ”Tata Mur”rEng
- Sahabat-sahabat sekampus, temenku manajemen yang tidak bisa disebutkan semua. “all of you are my best friends”
- Temen-temen kontrakan Brantas, Holili “Toolly”, Kurdi “Se tuah”, Budi, Pak Yogi, Shofi “Rengges”, Helmi, Su’udi, Mamak, Bahul, Aab “Tiger”, Aziz dan temen-temenku yang lain.

MOTTO

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

(QS. Alam Nasyroh : 6-8)

“Barang Siapa Diuji Lalu Bersabar, Diberi Lalu Bersyukur, Dizalimi Lalu Memaafkan Dan Menjalimi Lalu Beristighfar Maka Bagi Mereka Keselamatan Dan Mereka Tergolong Orang – Orang Yang Memperoleh Hidayah”

(HR. AL – BAIHAAL)

“Berharap adalah suatu kesia-siaan tetapi dengan bekerja akan tercipta kehidupan untuk memberikan kelahiran kepada dirinya sendiri, kepada kehidupan yang dia percaya.”

(Kahlil Gibran)

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan sebuah harapan dari pihak pengelola swalayan. Kegiatan pembelian ini didasari oleh sebuah motivasi yang terdapat didalam diri konsumen Untuk mengetahui hubungan antara motif kognitif yang terdiri konsistensi (*consistency*), atribut (*attribution*), kategorisasi (*categorization*), objektivikasi (*objectification*), autonomi (*autonomy*), eksplorasi (*exploration*), kesesuaian (*matching*), manfaat (*utilitarian*) dengan keputusan konsumen swalayan Indomaret di Kecamatan Tanggul Jember.

Sebelum dilakukan analisis data maka perlu dilakukan pengujian instrument dengan uji validitas dan reliabilitas kemudian untuk mengetahui frekuensi jawaban responden dilakukan analisis deskriptif. Untuk mengetahui hubungan motif kognitif dalam pengambilan keputusan pembelian pada swalayan, digunakan chi-square. Setelah diketahui hubungan antara motif kognitif dengan keputusan pembelian maka langkah selanjutnya adalah melihat seberapa besar hubungan antara variable tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian data dengan uji validitas bahwa seluruh butir pertanyaan variabel kesesuaian bisa dikatakan valid, ini terlihat dari koefisien korelasi yang muncul yaitu > 0.3 , sehingga keseluruhan skor indikator tersebut dapat memberikan representasi yang baik terhadap semua variabel dari uji reliabilitas diketahui bahwa nilai Cronbach alpha pada semua variabel lebih besar dari 0,60, jadi semua item dinyatakan reliable dan bisa dilanjutkan untuk analisis berikutnya. Berdasarkan analisis chi square diketahui variabel motif kognitif yang terdiri konsistensi (*consistency*), atribut (*attribution*), kategorisasi (*categorization*), objektivikasi (*objectification*), autonomi (*autonomy*), eksplorasi (*exploration*), kesesuaian (*matching*), manfaat (*utilitarian*) mempunyai hubungan dengan keputusan pembelian konsumen, sedang dengan pengujian koefisien kontingensi diketahui semua variabel mempunyai hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan antara motif kognitif dengan keputusan pembelian swalayan Indomaret Tanggul terbukti. Hal-hal yang mungkin bisa dilakukan oleh perusahaan antara lain : meningkatkan pelayanan kepada konsumen, produk yang dijual haruslah berkualitas dan bermerk serta sudah terjamin kualitasnya, kebersihan dan keamanan yang harus terus dijaga yang tentunya akan menimbulkan rasa aman dan nyaman saat berbelanja, selalu melakukan inovasi dan kreasi dalam pelayanan kepada konsumen yang akan memberikan kesan berbeda dari tempat perbelanjaan lain dan menjaga masa berlaku produk jangan sampai menjual produk yang sudah kadaluwarsa.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirrohim...

Dengan puji dan syukur allhamdulillah kehadiran Allah SWT dengan rahmat dan hidayah-nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Hubungan Motif Kognitif Terhadap Keputusan Konsumen Swalayan (Studi Kasus pada Indomaret Tanggul Jember)”** sebagaimana telah menjadi harapan.

Tujuan penyusunan adalah untuk melengkapi syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan serta bimbingan dari pihak-pihak tertentu, rasanya penyusunan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik.

Untuk itu selayaknyalah dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih tiada terhingga kepada semua yang telah membantu dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Bapak Dr. H. Sarwedi, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Bapak Dr. Imam Suroso, SE. Msi. selaku dosen pembimbing I atas segala ilmu yang diberikan, kesabaran, waktu dan keikhlasan dalam membimbing penulis selama ini.
3. Bapak Drs. Didik Pudjo M, MS selaku dosen pembimbing II atas ilmu bimbingan, waktu, saran dan perhatian yang diberikan kepada penulis.
4. Ibu Dewi Prihatini, SE, MM, Ph.D selaku penguji atas ilmu dan kesabarannya yang diberikan kepada penulis
5. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ekonomi Universitas Jember atas keikhlasan hati telah mentransformasikan ilmunya selama ini
6. Ibu dan Bapak, atas segala pengorbanan, dorongan, perhatian serta do'a yang tak pernah henti

7. Kepada Kakak dan Keponakan-keponakanku yang selalu memberikan perhatian dan bantuannya
8. Alek Ita Aprilia Anggraeni yang selalu memberikan semangat do'a perhatian dan sayang
9. Teman-teman seperjuangan, Anton, Andi, Evik, Sopie, Yogi yang telah membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini
10. Teman-teman seperjuangan Fakultas Ekonomi yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu

Dengan iringan doa semoga segala budi dan jasa baik, bantuan, serta dorongan yang banyak diberikan kepada penulis, Allah SWT akan senantiasa membalasnya dengan penuh lipat ganda.

Akhirnya penulis berharap semoga hasil skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak Amin.....

Jember, Oktober 2008

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN	ii
HALAMAN SURAT PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.4.1 Tujuan Penelitian	3
1.4.2 Kegunaan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori.....	5
2.1.1 Pengertian Prilaku Konsumen	5
2.1.2 Pentingnya Riset Prilaku dan Jenis Informasi yang - dibutuhkan.....	6
2.1.3 Ruang Lingkup Motivasi dan Motif	8
2.1.3.1 Pengertian Motivasi	8
2.1.3.2 Pengertian Motif.....	9
2.1.4 Proses Pembelian oleh Konsumen.....	14

2.1.5	Keputusan Pembelian	15
2.1.6	Ruang Lingkup Usaha Eceran	16
2.1.6.1	Pengertian Usaha Eceran.....	16
2.1.6.2	Jenis-jenis Pengecer	16
2.1.7	Hubungan Antara Motif dan Keputusan Pembelian	17
2.1.8	Kerangka Konseptual	18
2.1.9	Hipotesis	19
2.1.10	Kajian Empiris	20
BAB III	METODE PENELITIAN	22
3.1	Rancangan Penelitian.....	22
3.2	Populasi dan Pengambilan Sampel	22
3.2.1	Populasi	22
3.2.2	Pengambilan Sampel	22
3.3	Jenis Data	23
3.4	Metode Pengumpulan data	23
3.5	Definisi Operasional variabel	23
3.5.1	Variabel Motif	23
3.5.2	Variabel Keputusan Konsumen	26
3.6	Teknik Pengukuran.....	26
3.7	Uji Instrumen	27
3.7.1	Uji Validitas	27
3.7.2	Uji Reliabilitas	28
3.7.3	Analisis Deskriptif	28
3.8	Metode Analisis Data	28
3.9	Alur Pemecahan Masalah	31
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Hasil	
4.1.1.	Gambaran Umum Responden.....	32
4.1.2.	Uji Instrumen	34
4.1.2.1	Uji Validitas	34

4.1.2.2 Uji Reliabilitas	38
4.1.2.3 Analisis Deskriptif	39
4.1.3. Analisis Data.....	46
4.1.3.1 Uji Chi Square.....	46
4.2 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 : A. Comprehensive Classification Of Major Motive Influencess	12
Tabel 4.1 : Hasil Rekapitulasi Jenis kelamin Responden	32
Tabel 4.2 : Hasil Rekapitulasi Tingkat umur Respdnen	33
Tabel 4.3 : Hasil Rekapitulasi pekerjaan Responden.....	33
Tabel 4.4 : Hasil uji validitas variabel konsistensi	34
Tabel 4.5 : Hasil uji validitas variabel Atribut	35
Tabel 4.6 : Hasil uji validitas variabel kategorisasi	35
Tabel 4.7 : Hasil uji validitas variabel objektivikasi.....	36
Tabel 4.8 : Hasil uji validitas variabel autonomi	36
Tabel 4.9 : Hasil uji validitas variabel eksplorasi.....	36
Tabel 4.10 : Hasil uji validitas variabel kesesuaian	37
Tabel 4.11 : Hasil uji validitas variabel manfaat.....	37
Tabel 4.12 : Hasil uji validitas variabel keputusan	38
Tabel 4.13 : hasil uji reliabilitas secara keseluruhan.....	39
Tabel 4.14 : Distribusi frekuensi variabel konsistensi	39
Tabel 4.15 : Distribusi frekuensi variabel atribut	40
Tabel 4.16 : Distribusi frekuensi variabel kategorisasi	41
Tabel 4.17 : Distribusi frekuensi variabel objektifikasi	42
Tabel 4.18 : Distribusi frekuensi variabel autonomi	42
Tabel 4.19 : Distribusi frekuensi variabel eksplorasi.....	43
Tabel 4.20 : Distribusi frekuensi variabel kesesuaian.....	43
Tabel 4.21 : Distribusi frekuensi variabel manfaat	44
Tabel 4.22 : Distribusi frekuensi variabel keputusan pembelian	46

Tabel 4.23 : Hasil Uji Chi Square Variabel Konsistensi.....	47
Tabel 4.24 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	48
Tabel 4.25 : Hasil Uji Chi Square Variabel Atribut.....	47
Tabel 4.26 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	48
Tabel 4.27 : Hasil Uji Chi Square Variabel kategorisasi	50
Tabel 4.28 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	51
Tabel 4.29 : Hasil Uji Chi Square Variabel Objektivikasi.....	50
Tabel 4.30 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	51
Tabel 4.31 : Hasil Uji Chi Square Variabel Autonomi	53
Tabel 4.32 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	54
Tabel 4.33 : Hasil Uji Chi Square Variabel Eksplorasi	53
Tabel 4.34 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	54
Tabel 4.35 : Hasil Uji Chi Square Variabel Kesesuaian	56
Tabel 4.36 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	57
Tabel 4.37 : Hasil Uji Chi Square Variabel Manfaat.....	58
Tabel 4.38 : Hasil Uji Contingency Coefficient.....	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Motivation As Drive Arousal	8
Gambar 2.2 : Model Of The Motive Process	10
Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual Penelitian	19
Gambar 3.1 : Alur Pemecahan Masalah.....	31
Gambar 4.1 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	47
Gambar 4.2 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	48
Gambar 4.3 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	50
Gambar 4.4 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	52
Gambar 4.5 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	53
Gambar 4.6 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	55
Gambar 4.7 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	56
Gambar 4.8 : Kriteria Uji Statistik Chi Square	58

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Hasil Jawaban Responden Swalayan Soponyono
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Chi Square dan Contingency Coefficient
- Lampiran 6 : Distribusi Frekuensi
- Lampiran 7 : Chi Square Table