



**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA
PADA MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART DI
JALAN KALIMANTAN JEMBER**

SKRIPSI

Oleh

Desti Putri Anggarini

NIM 090210301012

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2013



**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA
PADA MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART DI
JALAN KALIMANTAN JEMBER**

SKRIPSI

diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Oleh

Desti Putri Anggarini

NIM 090210301012

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JEMBER**

2013

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku, Ayahanda H. Marsum Wijaya dan Ibunda Hj. Artina yang selalu kuhormati dan kucintai. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat, bimbingan dan motivasi yang diberikan kepadaku selama ini yang senantiasa mengiringi langkahku dalam meraih cita-citaku;
2. Guru-guruku sejak Taman Kanak-kanak sampai dengan Perguruan Tinggi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala ilmu, bimbingan, doa dan perhatian yang selalu diberikan kepadaku;
3. Almamater kebanggaanku Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember sebagai tempat menuntut ilmu.

MOTTO

Jenius adalah 1% inspirasi dan 99% keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras. Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan. *)

Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen untuk menyelesaikannya. **)

Sukses bukan sebuah kebetulan. Ia adalah hasil kerja keras. Pemenang bukan mereka yang tak pernah gagal, tapi mereka yang tak pernah menyerah. ***)

*

*) <http://berbagi-karya.blogspot.com/2010/09/kata-mutiara-kata-bijak-thomas-alfa.html>

**) <http://katakatabijak.com/tag/bj-habibie>

***) http://www.tomcatz.in/2013/03/contoh-motto-skripsi-terbaru.html#chitika_close_button

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desti Putri Anggarini

NIM : 090210301012

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Perbedaan Persepsi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember ” 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 adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 22 November 2013

Yang menyatakan,

Desti Putri Anggarini

NIM 090210301012

SKRIPSI

**PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN DALAM BERBELANJA
PADA MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART DI
JALAN KALIMANTAN JEMBER**

Oleh:

Desti Putri Anggarini

NIM 090210301012

Pembimbing

Dosen Pembimbing I : Dra. Retna Ngesti S, M.P

Dosen Pembimbing II : Drs. Djoko Widodo, M.M

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Perbedaan Persepsi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember”, telah dipertahankan di depan penguji dan disahkan oleh Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember pada:

Hari/ Tanggal : Jumat, 22 November 2013

tempat : Gedung I Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember

Tim Penguji

Ketua,

Sekretaris,

Dra. Retna Ngesti S, M.P
NIP. 19670715 199403 2 004

Drs. Djoko Widodo, M.M
NIP. 19600217 198603 1 003

Anggota I,

Anggota II,

Dra. Sri Wahyuni, M. Si
NIP. 19570528 198403 2 002

Drs. Pudjo Suharso, M. Si
NIP. 19591116 198601 1 001

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Jember,

Prof. Dr. Sunardi, M.Pd
NIP. 19540501 198303 1 005

RINGKASAN

Perbedaan Persepsi Konsumen Dalam Berbelanja Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart Di Jalan Kalimantan Jember; Desti Putri Anggarini; 090210301012; 2013: 76 Halaman; Program Studi Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Di era pembangunan yang saat ini semakin berkembang, pertumbuhan ekonomi dan industri di Indonesia telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam dunia perdagangan apabila suatu perusahaan tidak dapat menyusun strategi bisnis dan strategi pemasaran dengan tepat, maka akan mengalami kekalahan dalam bersaing. Strategi pemasaran dapat merangsang pembelian konsumen bila perusahaan menerapkan target pasar". Bauran Ritel pemasaran sering digunakan sebagai sebuah strategi pemasaran.

Minimarket di Indonesia menjadi pilihan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini disebabkan karena minimarket lebih dekat dengan masyarakat luas. Minimarket memiliki karakteristik dan strategi yang hampir sama satu dengan yang lainnya, kenyataannya dapat memiliki penjualan yang berbeda, seperti Indomaret dan Alfamart. Indomaret dan Alfamart merupakan jaringan minimarket yang memiliki gerai yang sangat luas. Dalam hitungan tahun, minimarket telah menyebar ke berbagai daerah.

Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember merupakan minimarket yang sama-sama bersaing ketat untuk menarik minat konsumen dalam berbelanja.

Kedua minimarket ini sama-sama memberikan jaminan atas kepuasan kepada para pelanggannya dan selalu bersaing untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan persepsi konsumen yang signifikan antara minimarket Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember dan (2) mengetahui seberapa besar perbedaan persepsi konsumen antara minimarket Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian ditentukan dengan cara *purposive area* yang dilaksanakan di Minimarket Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember dan penentuan responden penelitian menggunakan *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, angket dan wawancara. Analisis data yang digunakan, yaitu analisis deskriptif dan Uji T-test.

Hasil pengujian Uji T-test pada perbedaan persepsi konsumen antara minimarket Indomaret dan Alfamart ditemukan perbedaan persepsi konsumen Indomaret dan Alfamart secara signifikan, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi konsumen pada Minimarket Indomaret dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh, maka dapat disimpulkan bahwa (1) Adanya perbedaan yang signifikan persepsi konsumen Indomaret dan konsumen Alfamart, (2) Besarnya perbedaan persepsi konsumen pada minimarket Indomaret dan persepsi konsumen Alfamart adalah sebesar 0,340 yang menunjukkan tolak H_0 di bawah level of significance ($\alpha = 0,05$) dan (3) Persepsi konsumen terhadap aspek harga, promosi, dan pelayanan menurut konsumen minimarket Alfamart lebih baik, sementara pada aspek lokasi, produk, dan suasana menurut konsumen minimarket Indomaret lebih baik. Artinya bahwa Alfamart memiliki keunggulan dalam harga, promosi, dan pelayanan sementara Indomart lebih unggul dalam lokasi, produk, dan suasana.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perbedaan Persepsi Konsumen Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart di Jalan Kalimantan Jember”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Program Studi Pendidikan Ekonomi pada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sunardi, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
2. Drs. Pudjo Suharso, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
3. Dr. Sri Kantun, M.Ed selaku Sekretaris Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
4. Dr. Sukidin, M.Pd selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jember;
5. Dra. Retna Ngesti S,M.P dan Drs. Djoko Widodo,M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, pikiran dan perhatian hingga selesainya penulisan skripsi ini;
6. Dra. Sri Wahyuni, M. Si dan Drs. Pudjo Suharso, M. Si selaku Dosen Pembahas dan Penguji yang telah memberikan masukan dan kritikan terhadap skripsi ini;
7. Kepala Toko Minimarket Indomaret dan Minimarket Alfamart yang memberikan izin penelitian;
8. Kedua orang tuaku, Ayahanda H. Marsum Wijaya dan Ibunda Hj. Artina yang selalu kuhormati dan kucintai. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat,

bimbingan dan motivasi yang selalu diberikan kepadaku selama ini yang senantiasa mengiringi langkahku dalam meraih cita-citaku;

9. Kakakku Mitra Afrionita Wijaya dan Adikku Merinda Bunga Anggresia yang selalu memberikan dukungan dan semangat demi terselesaikannya skripsi ini;
10. Aditya Firmansyah, terima kasih atas 5 tahun yang berarti, terima kasih atas canda tawa, suka dan duka selama ini, terima kasih atas semangat dan motivasi yang selalu teriring dalam menyelesaikan skripsi ini;
11. Sahabat teman seperjuangan Dwi, Wigati, Putri, Desi, Merry, Terima kasih atas segala kenangan manis yang tercipta, atas segala dukungan yang tak terhingga, atas persaudaraan yang sangat indah dan terima kasih karena Allah telah memberikan kesempatan kepadaku untuk bisa mengenal teman seperti kalian. *Forefer, you will still be my best friends;*
12. Sahabat-sahabatku Wahyu, Adit, Dimas, Agok, Edo, Buleng, Okik, Isadara, Rina, terimakasih atas bantuan, cerita dan kenangan bersama.
13. Sahabat-sahabatku yang ada di kosan (Novi, Wanda, Manda, Nayla) yang selama ini selalu membantu dan memberikan dukungan kepadaku, terima kasih untuk keceriaan dan kebersamaannya selama ini;
14. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi S1 Pendidikan Ekonomi angkatan tahun 2009 yang selalu memberikan motivasi untuk mencapai kesuksesan bersama;
15. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Besar harapan penulis bila segenap pembaca memberikan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amin.

Jember, 22 November 2013

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
RINGKASAN	vii
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Penelitian terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Perilaku konsumen	7
2.2.2 Proses Pengambilan Keputusan Dalam Pembelian.....	9
2.2.3 Dasar Teori Persepsi Konsumen	11
2.2.4 Dasar Teori Ritel	23
2.3 Kerangka Berfikir.....	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	24

BAB 3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan penelitian	24
3.2 Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Metode Penentuan Responden.....	25
3.4 Jenis Data dan Sumber data	25
3.5 Metode pengumpulan data.....	26
3.6 Definisi Operasional variabel	27
3.7 Metode pengolahan data	29
3.8 Uji Instrumen.....	30
3.8.1 Uji Validitas	30
3.8.2 Uji Reliabilitas	31
3.9 Analisis Data.....	32
3.9.1 Analisis Deskriptif	32
3.9.2 Uji T-test	32

BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Pelengkap	35
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	35
4.1.2 Sejarah Singkat Minimarket Indomaret.....	35
4.1.3 Sejarah Singkat Minimarket Alfamart.....	37
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.3 Pengujian Instrumen	40
4.3.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian	40
4.3.2 Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	42
4.4 Analisis Data.....	43
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	43
4.4.2 Uji T-test.....	64
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	66

BAB 5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran	72

Daftar Bacaan.....	74
Lampiran-lampiran	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis usia	39
Tabel 4.3 Hasil pengujian validitas	41
Tabel 4.4 Hubungan jumlah butir pertanyaan dengan reliabilitas instrumen	42
Tabel 4.5 Hasil pengujian reliabilitas.....	42
Tabel 4.6 Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen Indomaret.....	44
Tabel 4.7 Kemudahan memperoleh transportasi oleh konsumen Indomaret	44
Tabel 4.8 Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen Alfamart.....	45
Tabel 4.9 Kemudahan memperoleh transportasi oleh konsumen Alfamart	46
Tabel 4.10 Perbedaan skor lokasi pada Indomaret dan Alfamart	46
Tabel 4.11 Produk yang ditawarkan lengkap di Indomaret	47
Tabel 4.12 Merk-merk produk yang beragam di Indomaret.....	48
Tabel 4.13 Produk yang ditawarkan lengkap di Alfamart	48
Tabel 4.14 Merk-merk produk yang beragam di Alfamart	49
Tabel 4.15 Perbedaan skor produk pada Indomaret dan Alfamart.....	50
Tabel 4.16 Harga yang sesuai dengan harga pasar pada Indomaret	50
Tabel 4.17 Harga yang ditawarkan terjangkau di Indomaret	51
Tabel 4.18 Harga yang sesuai dengan harga pasar pada Alfamart	52
Tabel 4.19 Harga yang ditawarkan terjangkau di Alfamart	52
Tabel 4.20 Perbedaan skor harga pada Indomaret dan Alfamart	53
Tabel 4.21 Promosi yang ditawarkan dapat menarik konsumen Indomaret	54
Tabel 4.22 Memberikan brosur informasi produk pada konsumen Indomaret.....	54
Tabel 4.23 Promosi yang ditawarkan dapat menarik konsumen Alfamart	55
Tabel 4.24 Memberikan brosur informasi produk pada konsumen Alfamart.....	55

Tabel 4.25 Perbedaan skor promosi pada Indomaret dan Alfamart	56
Tabel 4.26 Pegawai minimarket sigap dan ramah pada konsumen Indomaret	57
Tabel 4.27 Waktu operasi yang diberikan pada konsumen Indomaret	58
Tabel 4.28 Pegawai minimarket sigap dan ramah pada konsumen Alfamart	58
Tabel 4.29 Waktu operasi yang diberikan pada konsumen Alfamart	59
Tabel 4.30 Perbedaan skor pelayanan pada Indomaret dan Alfamart	60
Tabel 4.31 Ciri khas dan desain eksterior yang bagus pada Indomaret	61
Tabel 4.32 Penyajian barang mudah diperoleh oleh konsumen Indomaret	61
Tabel 4.33 Ciri khas dan desain eksterior yang bagus pada Alfamart	62
Tabel 4.34 Penyajian barang mudah diperoleh oleh konsumen Alfamart	62
Tabel 4.35 Perbedaan skor suasana pada Indomaret dan Alfamart	63
Tabel 4.36 Pengujian uji T-test	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model keputusan pembelian	9
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Matrik Penelitian	77
Lampiran B. Tuntunan Penelitian	78
Lampiran C. Angket Penelitian.....	79
Lampiran D. Pedoman wawancara	85
Lampiran E. Transkrip wawancara konsumen Indomaret.....	87
Lampiran F. Transkrip wawancara konsumen Alfamart.....	91
Lampiran G. Identitas responden	95
Lampiran H. Data Input Jawaban Responden.....	97
Lampiran I. Analisis Deskriptif.....	100
Lampiran J. Tabel Nilai r	109
Lampiran K. Tabel Nilai t.....	110
Lampiran L. Hasil Uji Validitas.....	112
Lampiran M. Hasil Uji Reliabilitas.....	118
Lampiran N. Uji T-test.....	125
Lampiran O. Dokumentasi Minimarket Indomaret dan Alfamart	131
Lampiran P. Surat Ijin Penelitian	135
Lampiran Q. Lembar Konsultasi.....	137
Lampiran R. Daftar Riwayat Hidup	139