



**Analisis Diskriminan Berdasarkan Faktor Budaya,
Faktor Sosial, Faktor Pribadi dan Faktor Psikologis
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di
Kabupaten Jember**

SKRIPSI

Oleh :

**Cok Rika Antari Dewi
060810291202**

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI**

2010

PERSEMBAHAN

Om SvastiAstu

Dengan Kerendahan Hati yang tak terhingga, Kuucapkan Rasa Syukurku Kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa, Yang Kepada-Nya Tergantung Segala Sesuatu.

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- ★ Kedua Orang Tuaku Tersayang, Ajung dan Ibu, Terima Kasih atas semua Kasih Sayangnya, Kerja Keras, Perhatiannya dan Do'a-Do'anya yang selalu membimbingku ke jalan menuju kesuksesan dalam hidup ini.*
- ★ Kakaku Cok Gede serta Adikku Cok Adit, Terima Kasih atas Perhatiannya selama pengerjaan skripsi.*
- ★ Seluruh keluarga besarku di Bali dan Lombok, terima kasih atas pengertiannya dan dukungannya atas terselesainya skripsi ini.*
- ★ Untuk teman-teman SMA ku, di Tasikmalaya, dan teman-temanku di Jember, terima kasih atas semua dukungannya selama ini.*
- ★ Untuk Teman-Temanku Manajemen Khususnya Angkatan 2006. yang Selalu Ada Untuk membantuku.*
- ★ Untuk Semua Orang Yang Mencintaiku Dan Kucintai. Terima kasih untuk semuanya.*

MOTTO

“Jadilah kamu manusia, yang pada kelahirannya semua orang tertawa bahagia, tetapi hanya kamu sendiri yang menangis; dan pada kematiannya semua orang menangis sedih, tetapi hanya kamu sendiri yang tersenyum “

(Mahatma Gandhi)

*“Hanya ada dua cara menjalani kehidupan kita.
Pertama adalah seolah tidak ada keajaiban.
Kedua adalah seolah segala sesuatu adalah keajaiban.”*

(Albert Einstein)

“Waktu terkadang terlalu lambat bagi mereka yang menunggu, terlalu cepat bagi yang takut, terlalu panjang bagi yang gundah, dan terlalu pendek bagi yang bahagia. Tapi bagi yang selalu mengasihinya, waktu adalah keabadian.”

(Henry Van Dyke)

ABSTRAKSI

Pada penelitian ini berjudul “Analisis Diskriminan Berdasarkan Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial Dan Faktor Psikologis Terhadap proses Pembelian Produk *Pizza Hut* di Kabupaten Jember”. Tujuan penelitian untuk menganalisis apakah faktor budaya, pribadi, sosial serta psikologis mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk *Pizza Hut* jember.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diambil dari kuesioner pada responden, yaitu konsumen yang pernah mengkonsumsi *pizza hut* Jember. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, dengan jumlah sampel adalah 60 orang. metode analisis yang digunakan adalah analisis diskriminan.

Berdasarkan hasil dari analisis diskriminan bahwa ada perbedaan antara kelompok sering membeli dan jarang membeli terhadap faktor pribadi, budaya, dan faktor sosial. Variabel yang paling membedakan perilaku kedua kelompok sering dan jarang membeli adalah X2/Faktor pribadi, X1/faktor budaya dan yang paling kecil pengaruhnya adalah X3/Faktor sosial. Dari empat variabel, terdapat satu variabel (X4/Faktor psikologis) bukanlah variabel yang membedakan perilaku kedua kelompok. Atau dapat dikatakan keputusan sering dan jarang membeli mereka terhadap variabel tersebut relative sama (misal jika kelompok sering bersikap positif terhadap X4/Faktor psikologis di restoran *pizza hut* Jember, maka kelompok jarang juga bersikap positif, sehingga faktor X4/Faktor psikologis tidak membuat mereka berbeda perilaku). Model diskriminan yang ada ternyata valid dan dapat digunakan, karena tingkat ketepatannya cukup tinggi (85%). Dengan demikian pihak pemilik sekaligus pengelola dapat mengambil berbagai strategi yang relevan berdasarkan model diskriminan tersebut.

Kata Kunci : Analisis Diskriminan

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Analisis Diskriminan Berdasarkan Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial Dan Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Pizza Hut* Di Kabupaten Jember”** .

Penyusunan skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, saran maupun kritik yang sangat membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiarni, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember, sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahnya dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Drs Budi Nurhardjo M,si, selaku Dosen pembimbing II yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Choirul Saleh, SE, M.Si, selaku dosen Pembimbing akademik saya yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis selama studi.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen beserta Staf Karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta Perpustakaan POMA Ekonomi dan Perpustakaan Pusat.
6. Seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi *Pizza Hut* Jember, yang telah memberikan kesempatan, ijin serta waktunya kepada penulis untuk mengadakan penelitian serta memberikan data-data yang diperlukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Ajung, Ibu, kakak dan adik serta seluruh keluargaku, terima kasih untuk do'a, dukungan, kasih sayang, kerja keras, kesabarannya selama ini.
8. Seluruh teman-teman Jurusan Manajemen Angkatan 2006 Mia, Estu, Fitri, Robby, Sopek, Ima, desy, Lia, Harni, Ria, Cesna, Weldy, Wita yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, terima kasih semuanya.
9. Seluruh teman-teman Jurusan IESP, Akuntansi dan Program D3 Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
10. Seluruh Teman-teman saya tercinta: Estu, Yohan, Hpy, Angga, Nus, Bendra, Ukik, Ecie, Fitri, Mia, Fitri, Diah, Bobby, semua yang tidak bisa saya sebutkan semuanya satu per satu, terima kasih atas dukungannya selama ini.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga Tuhan Yang Maha kuasa selalu memberikan Rahmat kepada semua pihak yang telah membantu dengan ikhlas sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis sadar akan keterbatasan dan kurang sempurnanya penulisan skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang bersifat membangun akan sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan bagi yang membacanya.

Jember, 27 Mei 2010

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
ABSTRAKSI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Dan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	4
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	4

BAB II	TINJAUAN PUSTAKA.....	5
2.1	Landasan Teori.....	5
2.1.1	Definisi Pemasaran Dan Konsep Pemasaran	5
2.1.2	Unsur-Unsur Utama Pemasaran.....	6
2.1.3	Perilaku Konsumen	8
2.1.4	Model Perilaku Konsumen.....	8
2.1.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	9
2.1.6	Proses keputusan Pembelian.....	13
2.1.7	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.8	Kepuasan Konsumen.....	16
2.2	Tinjauan Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
2.3	Kerangka Konseptual	19
2.4	Hipotesis Penelitian.....	20
BAB III	METODE PENELITIAN.....	21
3.1	Rancangan Penelitian	21
3.2	Jenis Data Sumber	22
3.2.1	Jenis Data	22
3.2.2	Sumber data.....	22
3.3	Metode Pengumpulan Data	22
3.4	Populasi Dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Identifikasi Variabel	24
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	24

3.7	Teknik Pengukuran Data	26
3.8	Metode Analisis Data	26
3.8.1	Uji Validitas	26
3.8.2	Uji Realibilitas.....	27
3.8.3	Analisis Diskriminan.....	27
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah.....	29
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		32
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya <i>Pizza Hut</i>	32
4.1.2	Kondisi Masyarakat Jember Pada Umumnya	33
4.1.3	Gambaran Umum <i>Pizza Hut</i> Jember.....	35
4.1.4	Produk-Produk <i>Pizza Hut</i>	36
4.2	Karakteristik Responden	38
4.3	Deskripsi Sampel	41
4.4	Hasil Analisis Data.....	43
4.4.1	Uji Instrument	43
	a. Uji Validatas.....	43
	b. Uji Reliabilitas.....	45
4.4.2	Uji Analisis Diskriminan	46
4.4.3	Uji Signifikansi	64
4.5	Pembahasan	66
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Saran.....	69
 DAFTAR PUSTAKA		71
 LAMPIRAN – LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Model Perilaku Pembeli	9
Tabel 2.2	Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Sekarang	19
Tabel 4.1	Pengumpulan Data Primer Pada <i>Pizza Hut</i> Jember.....	39
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	39
Tabel 4.3	karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Pekerjaan ..	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	41
Tabel 4.6	Deskripsi Data Pembelian Responden Sering Dan Jarang Membeli.....	42
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas X1	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas X2	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas X3	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas X4	43
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.12	Analysis Case Processing Summary	47
Tabel 4.13	Group Statistics	48
Tabel 4.14	Test Of Equality Of Group Means	49
Tabel 4.15	Variables Entered/Removed ^{a,b,c,d}	50
Tabel 4.16	Variables In The Analysis	52
Tabel 4.17	Variables Not In The Analysis	54
Tabel 4.18	Eigenvalues	56
Tabel 4.19	Wilks'lambda	56
Tabel 4.20	Structure Matrix	57

Tabel 4.21	Perbandingan Antara Faktor Yang Mempengaruhi Responden Termasuk Kelompok Responden Sering Membeli dan Jarang Membeli	58
Tabel 4.22	Standarized Canonical Discriminant Function Coefficient	59
Tabel 4.23	Functions At Group Centroids	60
Tabel 4.24	Classification Function Coeficients.....	61
Tabel 4.25	Classification Result.....	63
Tabel 4.26	Wilks' lambda	64
Tabel 4.27	Variables Entered/Removed ^{a,b,c,d}	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	20
Gambar 3.1 Kerangka Pemecahan Masalah.....	30

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Data Kuesioner Pra Penelitian
- Lampiran 2 Data Karakteristik Responden Penelitian
- Lampiran 3 Data Penelitian
- Lampiran 4 Hasil Uji Rreliabilitas dan Validitas X1, X2, X3, dan X4
- Lampiran 5 Hasil Analisis Diskriminan