



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA AYU *LAUNDRY* DI JEMBER**

**SKRIPSI**

oleh

**Dimas Try Yulianto  
NIM. 080810201078**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA AYU LAUNDRY DI JEMBER**

**SKRIPSI**

*diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Jember*

oleh

**Dimas Try Yulianto  
NIM. 080810201078**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS JEMBER  
2012**

**SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA AYU *LAUNDRY* DI JEMBER**

Oleh:

**Dimas Try Yulianto**  
**080810201078**

**Pembimbing**

**Dosen Pembimbing Utama : Drs. H. Abdul Halim, M.Si**

**Dosen Pembimbing Anggota : Gusti Ayu Wulandari, SE, MM**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dimas Try Yulianto

NIM : 080810201078

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Ayu *Laundry* di 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 ada tekanan dan paksaan dari pihak mana pun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Juni 2012

Yang menyatakan,



Dimas Try Yulianto

NIM. 080810201078

**JUDUL SKRIPSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
MENGUNAKAN JASA AYU *LAUNDRY* DI JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DIMAS TRY YULIANTO

NIM : 080810201078

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan tim penguji pada tanggal:

26 Juni 2012

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

Susunan Tim Penguji

Ketua : Dr. Imam Suroso, SE, M. Si :.....

NIP. 19591013 198802 1 001

Sekretaris : Ema Desia Prajitisari, SE, MM :.....

NIP. 19791221 200812 2 002

Anggota : Drs. H. Abdul Halim, M.Si :.....

NIP. 19501221 197801 1 001

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc

NIP. 19560831 198403 1 002

## TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA AYU  
LAUNDRY DI JEMBER

Nama Mahasiswa : Dimas Try Yulianto

NIM : 080810201078

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. H. Abdul Halim, M. Si

NIP. 19501221 197801 1 001

Gusti Ayu Wulandari, SE, MM

NIP. 19830912 200812 2 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi Universitas Jember

Prof. Dr. Hj. Isti Fadah, M.Si

NIP. 19661020 199002 2 001

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji bagi ALLAH SWT, Tuhan semesta alam yang tak pernah menahan sekejap pun rahmat, berkah, kasih sayang dan kekuatan kepada hambanya.

Kupersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah memberiku kehidupan dan memberiku segalanya.
2. Papa tercinta yang kubanggakan Sarwedi dan Mama tersayang Endah Ariani atas setiap doa dan perjuanganmu membesarkanku sampai sekarang.
3. Mbak Wenda dan Mbak Oki juga untuk Yangti dan almarhum Yangkung tercinta dan tersayang, serta seluruh keluarga besar, terima kasih atas doa, motivasi dan dukungannya.
4. Aismaya Kalista yang telah memberikan semua yang aku butuhkan agar skripsi ini selesai.
5. Semua guru, dosen maupun semua orang yang telah berjasa memberiku ilmu pengetahuan yang begitu berharga dari masa TK sampai perguruan tinggi.
6. Semua teman-teman di UKM SPORT FE UNEJ dan UKM Bola Basket FE juga UNEJ Mas Agus (Bodong), Febri (Aceh), Jalbil, Bogy, Aan, Eko, Randy (Kebo), Roy, Renald, Krisna, Nuel, Ezer dan lainnya yang belum aku sebutkan, terimakasih atas kebersamaan dan sportivitas selama masa studi ini.
7. Teman-teman serta sahabatku angkatan 2008, Galuh, Topan, Adit, Dita terima kasih atas kebersamaan dan motivasi selama studi.
8. Almamater Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

## MOTTO

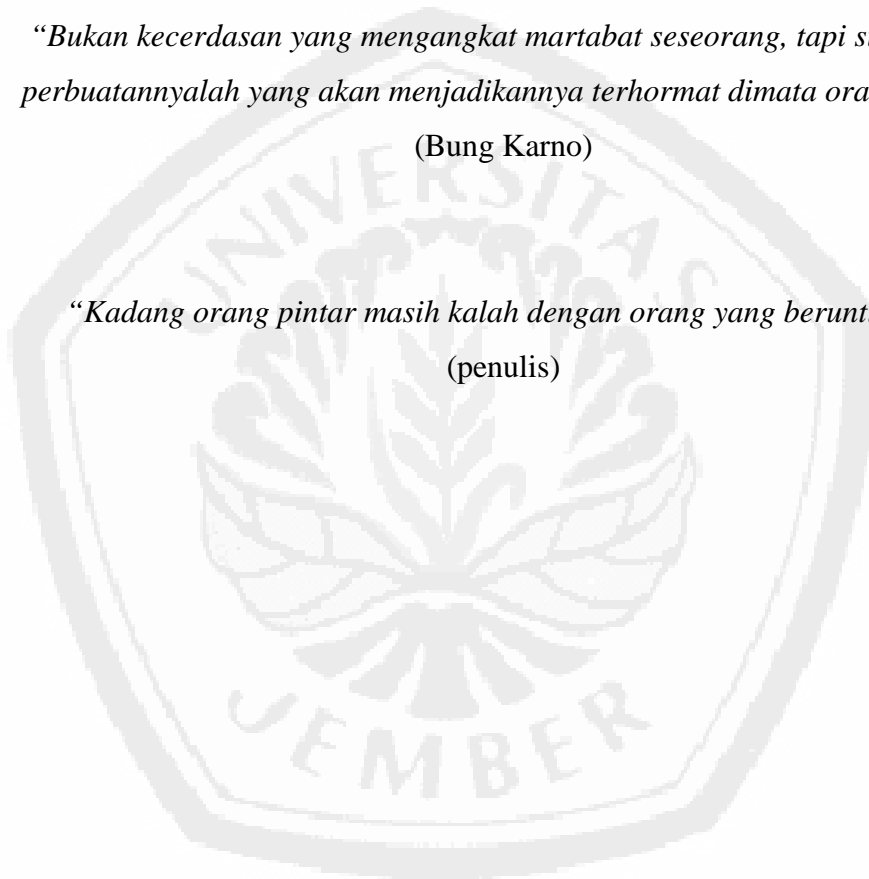
*“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Dan pada Allah-lah hendaknya kamu berharap”.*  
(QS Al-Insyirah: 7-8)

*“Bukan kecerdasan yang mengangkat martabat seseorang, tapi sikap dan perbuatannyalah yang akan menjadikannya terhormat dimata orang lain”.*

(Bung Karno)

*“Kadang orang pintar masih kalah dengan orang yang beruntung”.*

(penulis)





## ABSTRAKSI

Tujuan yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dan faktor mana yang dominan pada Ayu Laundry. Objek yang diteliti adalah para pengguna jasa pada Ayu Laundry di Jember. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data sekunder meliputi literatur, penelitian terdahulu, internet dan sumber dalam penelitian. Sedangkan data primer meliputi wawancara dan kuisioner. Kedua data tersebut digunakan untuk tujuan deskriptif, membantu dan membandingkan kondisi yang ada dengan kriteria yang ditentukan sebelumnya dan dalam pelaksanaan evaluasi. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Alat analisis yang digunakan adalah *analisis faktor dan analisis regresi linier berganda*. Hasil analisis menunjukkan variabel citra dan sosial, *marketing mix* dan kelompok referensi tersebut terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Ayu Laundry, baik secara simultan maupun secara parsial. Secara parsial variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk menggunakan jasa Ayu Laundry di Jember adalah variabel *Marketing Mix*.

Kata kunci : analisis faktor, analisis regresi linier berganda, keputusan konsumen, *marketing mix*.

## **ABSTRACT**

*Objectives to be obtained in this study was to determine what factors are affecting the consumer and where the dominant factor in Ayu Laundry. Object under study is the service users on Ayu Laundry in Jember. The data used in this study is the primary data and secondary data. Secondary data include literature, previous research, internet and other sources in the study. While primary data included interviews and questionnaires. Both of these data are used for descriptive purposes, to help and to compare existing conditions with predetermined criteria and the implementation of the evaluation. Sampling method in this study using a purposive sampling of 100 respondents by the number of people. Analysis tools used were factor analysis and multiple linear regression analysis. The results show the image and social variables, marketing mix and the reference group is shown to be significantly positive effect on consumers' decision to use the services of Ayu Laundry, either simultaneously or partially. Partially dominant variable in influencing the consumer's decision to use the laundry service in Jember Ayu is a variable of Marketing Mix.*

*Key words : factor analysis, multiple linear regression analysis, consumer's decision, marketing mix*

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Menggunakan Jasa Ayu Laundry di Jember”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada terhingga kepada :

- a. Prof. Dr. H. Moh. Saleh, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
- b. Prof. Dr. Isti Fadah. M.Si selaku Ketua Jurusan yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya.
- c. Drs. H. Abdul Halim, M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
- d. Gusti Ayu Wulandari SE, MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.
- e. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukungku.
- f. Teman-teman dan sahabat angkatan 2008 juga Aismaya Kalista
- g. Semua orang yang tidak bisa disebutkan satu persatu

Penulis juga menerima segala kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap, semoga tulisan ini dapat bermanfaat.

Jember, 26 Juni 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBING.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>ix</b>
<b>PRAKATA.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	4
1.3    Tujuan Penelitian.....	4
1.4    Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1    Penelitian Terdahulu.....	6
2.2    Landasan Teori.....	8
2.2.1    Definisi Pemasaran dan Konsep Pemasaran.....	8
2.2.2    Ekuitas Merek.....	10
2.2.3    Pengertian Citra dan Citra Merek.....	10
2.2.4    Manfaat Citra Merek.....	12
2.2.5    Bauran Pemasaran.....	13
2.2.6    Perilaku Konsumen.....	15
2.2.7    Model Perilaku Konsumen.....	16
2.2.8    Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	17

2.2.9	Proses Pengambilan Keputusan.....	20
2.3	Kerangka Konseptual.....	21
2.4	Hipotesis.....	22
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>		<b>23</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	23
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3	Populasi dan Sampel.....	24
3.4	Identifikasi Variabel.....	25
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	26
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	30
3.7	Uji Instrumen Penelitian.....	31
3.7.1	Uji Validitas.....	31
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	31
3.7.3	Uji Normalitas Data.....	32
3.8	Metode Analisis.....	32
3.8.1	Analisis Faktor.....	32
3.8.2	Analisis Regresi Linier Berganda.....	35
3.8.3	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.8.4	Uji Hipotesis.....	38
3.9	Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	43
4.1.1	Keadaan Geografis.....	43
4.1.2	Jumlah, Kepadatan dan Pertumbuhan Penduduk....	43
4.1.3	Penyebaran Penduduk.....	44
4.2	Analisis Data.....	44
4.2.1	Karakteristik Responden.....	44
4.2.2	Analisis Deskriptif Referensi.....	46
4.2.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
4.2.4	Uji Normalitas Data.....	50
4.2.5	Analisis Faktor.....	51

4.2.5.1 Matrik Korelasi Antar Variabel.....	51
4.2.5.2 KMO ( <i>Kaiser Meyer Olkin</i> ).....	51
4.2.5.3 <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> .....	51
4.2.5.4 MSA ( <i>Measure of Sampling Adequacy</i> ).....	52
4.2.5.5 Proses Ekstraksi Faktor.....	53
4.2.5.6 Rotasi Faktor.....	54
4.2.6 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.2.7 Uji Asumsi Klasik.....	60
4.2.8 Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	63
4.2.9 Pengujian Hipotesis.....	64
4.3 Pembahasan.....	66
<b>BAB 5. KESIMPULAN.....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran.....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>71</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 2.2: Model Perilaku Konsumen.....	16
Tabel 4.1: Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.2: Usia Responden Konsumen.....	45
Tabel 4.3: Pekerjaan Responden Konsumen.....	46
Tabel 4.4: Hasil Uji Validitas.....	49
Tabel 4.5 Hasil <i>Test of Normality</i> .....	50
Tabel 4.6: <i>Measure of Sampling Adequasy</i> .....	52
Tabel 4.7: <i>Total Variance Explained</i> .....	53
Tabel 4.8: <i>Component Matrix</i> .....	54
Tabel 4.9: <i>Rotated Component Matrix</i> .....	55
Tabel 4.10: Interpretasi Faktor.....	56
Tabel 4.11: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.12: Kriteria Uji Durbin Watson.....	63
Tabel 4.13: <i>Model Summary</i> .....	63
Tabel 4.14: Kriteria Hubungan.....	64
Tabel 4.15: Fhitung.....	65

## DAFTAR GAMBAR

	<b>HALAMAN</b>
Gambar 2.1: Konsep Inti Pemasaran.....	9
Gambar 2.2: Kerangka Konseptual.....	22
Gambar 3.1: Proses Pengolahan Data Analisis Faktor.....	35
Gambar 3.2: Kerangka Pemecahan Masalah.....	40
Gambar 4.1: Jumlah Penduduk Kabupaten Jember.....	44
Gambar 4.2: Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standarized</i> .....	62

