



**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBUAT PAKAIAN
PADA DYNAND FARIZ *HIGH FASHION CENTRE*
KABUPATEN JEMBER**

Skripsi

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

Oleh:

Hamdha Arifta
NIM. 020810201326

**UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS EKONOMI**

2007

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS JEMBER – FAKULTAS EKONOMI

SURAT PERNYATAAN

Nama : Hamdha Arifta
NIM : 020810201326
Jurusan : MANAJEMEN
Konsentrasi : M. Pemasaran
Judul Skripsi : ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBUAT
PAKAIAN PADA DYNAND FARIZ *HIGH FASHION*
CENTRE KABUPATEN JEMBER

Menyatakan bahwa skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya 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, 16 Juli 2007

Yang menyatakan,

Hamdha Arifta
NIM.020810201326

TANDA PERSETUJUAN

Judul Skripsi : ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN
MEMBUAT PAKAIAN PADA DYNAND FARIZ *HIGH*
FASHION CENTRE KABUPATEN JEMBER

Nama Mahasiswa : Hamdha Arifta

NIM : 020810201326

Jurusan : Manajemen

Kosentrasi : Pemasaran

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Bambang Irawan, M.Si
NIP. 131 759 835

Dra. Purnamie Titiesari, SE, M.Si
NIP. 132 258 070

Ketua Jurusan,

Dra. Diah Yulisetiari, M.Si
NIP. 131 624 474

Tanggal Persetujuan: 12 Juli 2007

JUDUL SKRIPSI

**ANALISIS VARIABEL-VARIABEL YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBUAT PAKAIAN
PADA DYNAND FARIZ *HIGH FASHION CENTRE*
KABUPATEN JEMBER**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Hamdha Arifta

NIM : 020810201326

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal:

23 JULI 2007

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

Susunan Panitia Penguji

Ketua : Drs. Adi Prasodjo., MP :
NIP. 131 691 014

Sekretaris : Ika Barokah, SE, MM :
NIP. 132 258 069

Anggota : Drs. Bambang Irawan, M.Si :
NIP. 131 759 835

Mengetahui;
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,

Prof. Dr. H. Sarwedi, MM
NIP. 131 276 658

Persembahan

KARYA TULIS INI KUPERSEMBAHKAN SEBAGAI
RASA CINTA KASIH, HORMAT DAN TERIMA KASIH
KEPADA:

BAPAK DAN IBU TERCINTA ATAS SEGALA KASIH
SAYANG, DOA DAN MOTIVASI YANG TAK PERNAH
BERKESUDAHAN

PERI KECILKU, INTAN DAN RIBON YANG SELALU
MEMBERIKAN SENYUM, KECERIAAN DAN
DORONGANNYA

ALMAMATER YANG KUBANGGAKAN

Motto

*"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu Ada
Kemudahan"*

(QS. Al Insyiroh Ayat 6)

*".....dan bila umurmu tak sepanjang umur dunia, maka
sambunghlah dengan tulisan"*

(Pramoedya Ananta Toer)

*"no matter what happen, just believe, that is the best for you"
(me, myself and i)*

*"make everyting so simple"
(me, myself and i)*

ABSTRAKSI

Penelitian dengan judul “Analisis Variabel-Variabel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membuat Pakaian Pada Dynand Fariz *High fashion Centre* Kabupaten Jember ” dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel dari bauran pemasaran secara simultan maupun parsial dan juga untuk mengetahui manakah diantara variabel-variabel bauran pemasaran tersebut yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan konsumen membuat pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* Kabupaten Jember?

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel dari bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, karyawan, proses, dan bukti fisik dalam pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk memesan pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* Kabupaten Jember. Variabel penelitian diukur dengan 24 item pertanyaan yang menggunakan skala likert yang telah dimodifikasi dengan skala 1 sampai dengan 5. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi linear berganda yang sebelumnya data jawaban responden yang telah diperoleh dinaikkan skalanya dari skala pengukuran ordinal menjadi skala pengukuran interval dan penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden.

Berdasarkan pengujian secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen untuk membuat pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* Jember. Berdasarkan uji F yang telah dilakukan diperoleh bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $153,254 > 2,3123$. Selanjutnya untuk nilai Adjusted R Square adalah 0,902. Hal ini berarti 90,2 persen pengambilan keputusan konsumen membuat pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* dipengaruhi oleh variabel bauran pemasaran dan sisanya sekitar 9,8 persen dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar model persamaan regresi yang dibuat. Sedangkan pengujian secara parsial (uji t) juga menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh nyata terhadap pengambilan keputusan konsumen membuat pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* Jember. Berdasarkan uji t yang telah dilakukan diperoleh nilai t_{hitung} untuk masing-masing variabel lebih besar dari t_{tabel} , dan variabel harga mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pengambilan keputusan konsumen membuat pakaian pada Dynand Fariz *High Fashion Centre* Jember yaitu sebesar 17.781

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas limpahan Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah kepada Rosullulah Muhammad SAW.

Skripsi ini disusun sebagai kewajiban guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Kesarjanaan di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Dibalik penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan baik berupa materiil maupun moril yang tak ternilai harganya dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu sudah selayaknya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sarwedi, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
2. Ibu Dra. Diah Yulisetiari, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak Drs. Bambang Irawan, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan petunjuk dengan cermat dan teliti pada penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Purnamie Titiesari, SE, M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk memberi bimbingan dengan penuh kesabaran serta selalu memberi masukan agar skripsi ini lebih sempurna.
5. Bapak Drs. IKM. Dwipayana, MS, selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi beserta seluruh staf Tata Usaha dan Perpustakaan POMA Fakultas Ekonomi dan Perpustakaan Universitas Jember.
7. Kedua orang tua, bapak dan ibu sebagai pembimbing utama hidup, pendidik yang telah membesarkan dan mendidik menjadikan lebih baik, atas cucuran

keringat, tetesan air mata serta do'a yang tak terbatas, yang tak pernah terbalas dan tergantikan.

8. Intan Ayundavira, adekku yang selalu mau mendengar cerita-ceritaku dan tak pernah berhenti untuk ada di saat aku merasa sendiri.
9. *Special Thanks to my best friends* Fatati Nur Diana, (terima kasih atas bahagia dan derita selama 3 tahun 6 bulan ini), Ferry Bashtomy, (terima kasih atas bantuan pengolahan datanya), Vina Desy Ulandari (terima kasih atas dorongan semangatnya), Arif wahyudi (terima kasih pinjaman printernya).
10. Teman-temanku, Hendra, Nasrul, Ajeng, Vinza, Magfur, Babebo Soldier, anak-anak komunitas Indie Jember, the view, Sheila On 7, Blingsatan, Night to Remember dan untuk semua temen seperjuangan di Manajemen angkatan 2002.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima Kasih.

Akhirnya dengan segala keterbatasan kemampuan yang dimiliki dan kekurangan yang ada, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Jember, Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | v |
| MOTTO | vi |
| ABSTRAKSI | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiv |
| | |
| BAB 1. PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Perumusan Permasalahan | 2 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 3 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 3 |
| BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA | 4 |
| 2.1 Landasan Teori | 4 |
| 2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran | 4 |
| 2.1.2 Konsep Jasa | 4 |
| 2.1.3 Karakteristik Jasa dan Permasalahannya | 5 |
| 2.1.4 Perilaku Konsumen | 8 |
| 2.1.5 Proses Pengambilan Keputusan Konsumen | 12 |
| 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu | 14 |
| 2.3 Hipotesis | 15 |
| BAB 3. METODE PENELITIAN | 16 |
| 3.1 Rancangan Penelitian | 16 |
| 3.2 Populasi dan Sampel | 16 |
| 3.2.1 Populasi | 16 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2.2 Sampel ----- | 16 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data ----- | 17 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data ----- | 18 |
| 3.5 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional Variabel dan Teknik Pengukuran ----- | 18 |
| 3.5.1 Identifikasi Variabel ----- | 18 |
| 3.5.2 Definisi Operasional Variabel ----- | 19 |
| 3.5.3 Teknik Pengukuran ----- | 21 |
| 3.6 Metode Analisis Data ----- | 22 |
| 3.6.1 Uji Validitas ----- | 22 |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas ----- | 22 |
| 3.6.3 <i>Methods of Successive Interval</i> (MSI) ----- | 23 |
| 3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda ----- | 24 |
| 3.6.5 Uji Asumsi Klasik ----- | 25 |
| 3.6.6 Uji F ----- | 26 |
| 3.6.7 Uji t ----- | 27 |
| 3.6.8 Analisis Koefisien Determinasi Berganda ----- | 27 |
| 3.7 Kerangka Pemecahan Masalah ----- | 29 |
| BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN ----- | 31 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan ----- | 31 |
| 4.1.1 Profil Dynand Fariz <i>High Fashion Centre</i> ----- | 31 |
| 4.1.2 Geografis Dynand Fariz <i>High Fashion Centre</i> ----- | 31 |
| 4.1.3 Visi, Misi, filosofis, Motto dan Strategi ----- | 32 |
| 4.1.4 Struktur Organisasi ----- | 33 |
| 4.1.5 Karakteristik Responden ----- | 37 |
| 4.2 Hasil Penelitian ----- | 40 |
| 4.2.1 Hasil Uji Validitas ----- | 40 |
| 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas ----- | 41 |
| 4.2.3 Hasil <i>Methods of Successive Interval</i> (MSI) ----- | 42 |
| 4.2.4 Hasil Analisis Data Regresi Linear Berganda ----- | 42 |
| 4.2.5 Hasil Uji Asumsi Klasik ----- | 42 |
| 4.2.6 Hasil Uji Hipotesis ----- | 44 |
| 4.3 Pembahasan ----- | 49 |
| BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN ----- | 52 |
| 5.1 Simpulan ----- | 52 |
| 5.2 Saran ----- | 52 |
| DAFTAR PUSTAKA ----- | 54 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----|---|----|
| 3.1 | Definisi Operasional Variabel ----- | 20 |
| 4.1 | Proporsi Responden Berdasarkan Umur ----- | 38 |
| 4.2 | Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ----- | 38 |
| 4.3 | Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan ----- | 39 |
| 4.4 | Proporsi Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan ----- | 39 |
| 4.5 | Uji Validitas ----- | 40 |
| 4.6 | Uji Relibilitas ----- | 41 |
| 4.7 | Uji Multikolinieritas ----- | 43 |
| 4.8 | Uji Heterokedastisitas ----- | 43 |
| 4.9 | Uji t ----- | 45 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| 1.1 Model Perilaku Konsumen ----- | 12 |
| 2.1 Kerangka Pemecahan Masalah ----- | 29 |
| 3.1 Struktur Organisasi ----- | 34 |
| 4.1 kurva t test variabel X_1 (Produk) ----- | 46 |
| 4.2 kurva t test variabel X_2 (Harga) ----- | 46 |
| 4.3 kurva t test variabel X_3 (Lokasi) ----- | 47 |
| 4.4 kurva t test variabel X_4 (Karyawan) ----- | 47 |
| 4.5 kurva t test variabel X_5 (Proses) ----- | 47 |
| 4.6 kurva t test variabel X_6 (Bukti fisik) ----- | 48 |

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian
2. Rekapitulasi Jawaban Kuesioner
3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
4. Input dan Hasil Perhitungan MSI (*Methods of Successive Interval*)
5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
6. Tabel t dan F