

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
TOKO SWALAYAN DI KECAMATAN  
MANTRIJERON YOGYAKARTA**



Oleh

**USMAN SUPRIADI FAUZAN**  
2000 041 0294

**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
TOKO SWALAYAN DI KECAMATAN  
MANTRIJERON YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Oleh

**USMAN SUPRIADI FAUZAN  
2000 041 0294**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2005**

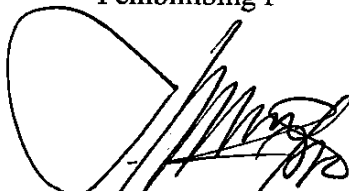
**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI  
ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP  
TOKO SWALAYAN DI KECAMATAN  
MANTRIJERON YOGYAKARTA**



Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pembimbing I



Drs. Supriyadi, MM  
NIK : 143010

Tanggal: 4/5-05...

**SKRIPSI**  
**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP**  
**TOKO SWALAYAN DI KECAMATAN MANTRIJERON**  
**YOGYAKARTA**

Diajukan Oleh

USMAN SUPRIADI FAUZAN

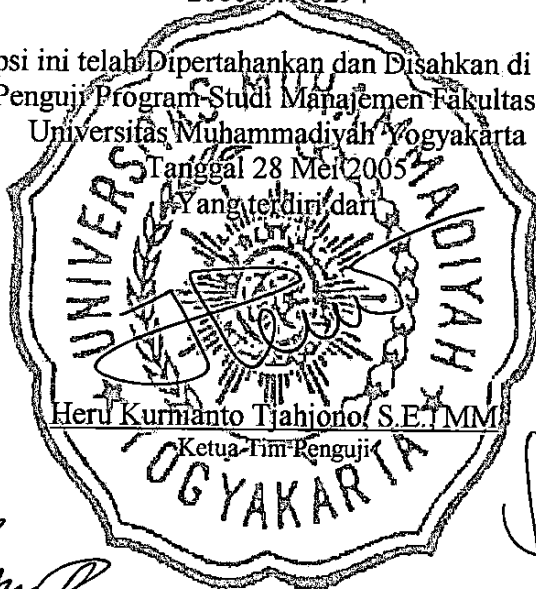
2000.041.0294

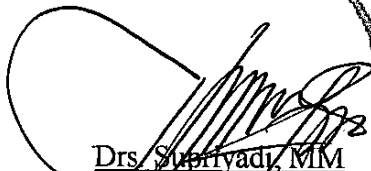
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 28 Mei 2005


Yang terdiri dari

Heru Kurnianto Tjahjono, S.E., MM

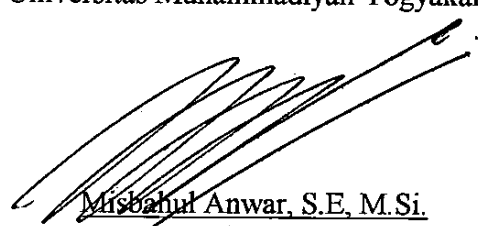
Ketua Tim Penguji



  
Drs. Supriyadi, MM  
Anggota Tim Penguji

  
Fauziah, S.E., M.Si  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, S.E., M.Si  
NIK: 143014

## ABSTRAKSI

Tiga tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap toko swalayan di kecamatan Mantrijeron, dan juga mencari tahu apakah ada perbedaan sikap konsumen atas toko swalayan berdasar pada jenis kelamin, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan. Serta tujuan terakhir adalah untuk mengetahui apakah sikap konsumen terhadap toko swalayan berpengaruh terhadap pembelian.

Dalam proses penelitian ini pengambilan sampelnya menggunakan metode Nonprobabilitas dengan cara *Convenience Sampling*. Sedangkan datanya adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang penentuan skalanya menggunakan *Summated ratings skor* atau skala *Likert* yang didefinisikan kedalam lima kategori penilaian (1 sampai 5). Sesuai dengan tiga tujuan yang ingin dicapai maka penelitian inipun menggunakan 3 alat analisis yaitu Analisis sikap *Fishbein*, analisis Chi square dan Regresi sederhana.

Setelah data dianalisis diperoleh hasil bahwa sikap konsumen pada 3 toko swalayan di kecamatan mantrijeron yang dijadikan obyek, terbagi dalam 2 kategori sikap yaitu Cukup Positif untuk swalayan Damai Indah dan Maga serta Tidak Positif untuk swalayan Indomaret. Dari analisis Chi square diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan sikap atas dasar karakteristik jenis kelamin dan tingkat pendidikan pada semua swalayan, tapi ada perbedaan sikap atas dasar tingkat pendapatan pada swalayan Damai Indah, sedangkan pada 2 swalayan lainnya tidak terdapat perbedaan. Analisis ketiga adalah Regresi sederhana yang menyimpulkan bahwa sikap tidak mempengaruhi pembelian pada swalayan Damai Indah dan Maga, tapi untuk swalayan Indomaret sikap ternyata berpengaruh terhadap pembelian.

**Kata Kunci:** Sikap Konsumen, Kategori Sikap

## KATA PENGANTAR

**Bismillahirrohmaanirrohiim**

**Assalamu'alaikum Wr.Wb.**

Segala Puji dan Syukur senantiasa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT pemilik dari segala ilmu pengetahuan dan penguasa semua yang terlihat dan yang gaib. Sholawat beserta Salam semoga selalu tercurah atas junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW beserta keluarga dan sahabat-sahabatnya Nabi dan Rosul terakhir tauladan kita semua, Nabi yang kelak kita nantikan kucuran Syafaatnya Di *Yaumul Akhir*. Dengan berkat, rahmat dan hidayah, serta kebesaran petunjuk ilmu Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi dengan judul "ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP TOKO SWALAYAN DI KECAMATAN MANTRIJERON YOGYAKARTA", disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Skripsi ini penulis selesaikan dengan usaha, bantuan, bimbingan dan dukungan serta suntikan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, sudah sepantasnya dengan kerendahan hati dan kebesaran jiwa penulis menghaturkan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Khoiruddin Bashori Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Bapak Misbachul Anwar, SE, MSi, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang sekaligus Dosen Pembimbing Akademik penulis.
3. Drs. Supriyadi, MM. yang telah membimbing dan memberi pengarahan dan petunjuk serta nasehat, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Dewan Penguji beserta Semua Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi yang telah membantu, mengantar dan menjadikan penulis sebagai seorang sarjana.
5. Kedua Orang tua serta Keluarga Besarku.
6. Pihak (Toko Swalayan) yang bantuan dan jasanya tak ternilai.
7. Semua pihak yang turut membantu penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas dengan sesuatu yang lebih baik atas segala budi, amal, keringat dan pengorbanan mereka. Karena hanya Allah SWT lah yang Maha Tahu, Maha Kaya dan Maha Adil.

Terahir penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna baik isi, bahasa, maupun nilai ilmiahnya. Mengingat berbagai keterbatasan dan kekurangan dari penulis. Tidak lupa penulis pun menyampaikan permohonan maaf kepada semua kalangan yang nama atau gelarnya tertulis tidak sesuai, dan pihak-pihak yang sering direpotkan atau bahkan terganggu selama masa penyusunan skripsi ini. Sekali lagi dengan segala kerendahan hati penulis mohon dibukakan

Sebagai penutup penulis menaruh setitik harapan semoga skripsi ini memberikan sumbangsih kepada perkembangan ilmu pengetahuan terutama dibidang pemasaran dan prilaku konsumen, baik untuk kalangan akademik maupun masyarakat pada umumnya. Karena tak ada yang lebih membanggakan bagi seorang peneliti, kecuali ketika karyanya bisa bermanfaat. Amiiien...

**Wassalamu`alaikum Wr. Wb.**

Yogyakarta, Mei 2005

Penulis



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Batasan Masalah .....	10
C. Rumusan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	14
A. Landasan Teori.....	14
1. Konsep Dasar Pemasaran .....	14
2. Prilaku Konsumen .....	15
3. Sikap Konsumen .....	16

B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	22
C. Penurunan Hipotesis .....	25
D. Model Penelitian .....	25
<b>BAB III METODA PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Obyek & Subyek Penelitian .....	28
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	28
C. Jenis Data .....	29
D. Teknik Pengumpulan Data .....	29
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	30
F. Uji Kualitas Data.....	32
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	38
B. Uji Kevalidan Data .....	43
1. Uji Validitas .....	43
2. Uji Reliabilitas .....	47
C. Hasil Penelitian .....	48
1. Analisis deskriptif .....	48
2. Analisis Kuantitatif .....	52
a. Analisis Sikap <i>Fishbein</i> .....	52
b. Analisis Chi-square .....	61
c. Analisis Regresi Sederhana .....	68
D. Interpretasi .....	71

<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN..</b>	<b>74</b>
A.	Kesimpulan .....	74
B.	Saran .....	77
C.	Keterbatasan Penelitian .....	78

## DAFTAR TABEL

1.1	Omset dan Pertumbuhan <i>Hypermarket</i> .....	4
4.1	Hasil uji validitas korelasi <i>Product Moment</i> swalayan Damai Indah ...	44
4.2	Hasil uji validitas <i>Product Moment</i> swalayan Maga.....	45
4.3	Hasil uji validitas <i>Product Moment</i> swalayan Indomaret .....	46
4.4	Hasil uji reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i> sikap (Ao) pada 3 swalayan .....	47
4.5	Klasifikasi responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
4.6	Klasifikasi responden berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	49
4.7	Klasifikasi responden berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	51
4.8	Tingkat Kepercayaan konsumen terhadap atribut 3 toko swalayan.....	53
4.9	Tingkat Evaluasi konsumen terhadap atribut 3 toko swalayan.....	55
4.10	Indeks sikap konsumen terhadap atribut 3 toko swalayan.....	57
4.11	Skor sikap konsumen .....	60

## DAFTAR GAMBAR

2.1	Model Prilaku Konsumen.....	17
2.2	Komponen Sikap.....	20
2.3	Model Penelitian Multiatribut <i>Fishbein</i> .....	27
4.1	Skala Posisi Indeks Sikap Konsumen.....	61