

**ANALISIS SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN PERILAKU
MASA LAMPAU TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA
PRODUK SONY ERICSON**
(Studi Pada Konsumen Di Kota Madya Yogyakarta)

Skripsi

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
AGUS WIDODO
20020410262

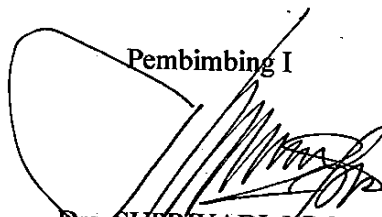
**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007**

**ANALISIS SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN PERILAKU
MASA LAMPAU TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA
PRODUK SONY ERICSON**

(Studi Pada Konsumen Di Kota Madya Yogyakarta)

Diajukan oleh
AGUS WIDODO
20020410262

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Drs. SUPRIYADI, MM.
NIK : 143010

Tanggal 30/4/07

**ANALISIS SIKAP, NORMA SUBYEKTIF DAN PERILAKU
MASA LAMPAU TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA
PRODUK SONY ERICSON**
(Studi Pada Konsumen Di Kota Madya Yogyakarta)

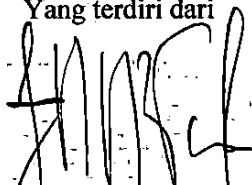
Diajukan oleh :

AGUS WIDODO
20020410262

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

Tanggal 28 Mei 2007

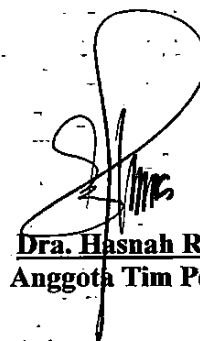
Yang terdiri dari



Fajarwati, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji

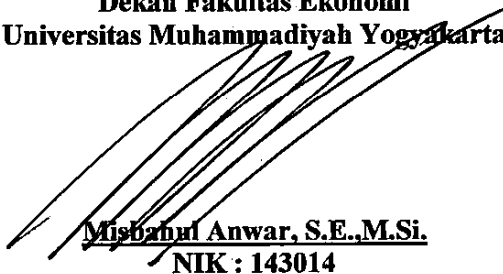


Drs. Supriadi, M.M.
Anggota Tim Penguji



Dra. Hasnah R, M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



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

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 28 Mei 2007

Agus Widodo

MOTTO

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah usai dari sesuatu dari urusan, jerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain. (Qs: Al Insyirah ayat 6)
- ❖ Hidup memang kegelapan, jika tanpa hasrat dan keinginan. Dan semua hasrat keinginan akan buta, jika tidak disertai pengetahuan. Dan semua segala pengetahuan akan hampa, jika tidak diikuti dengan pekerjaan dan semua pekerjaan akan sia-sia, jika tidak disertai dengan cinta. (Kahlil Gibran)
- ❖ Jika kamu akan melakukan sesuatu hal, yakinkanlah diri kamu dan tanamkanlah keyakinan kamu didalam hati bahwa kamu pasti bisa melakukan apa yang kamu inginkan (Wahyu Raya)
- ❖ Janganlah kamu tangisi apa yang belum terjadi, jika kamu sudah merasa berusaha dan berdoa akan yakinlah pada diri kamu. Karena sebuah keyakinan bisa menjadi sebuah mukjizat yang akan datang dari Tuhan Semesta Alam. (Wahyu Raya)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kepada:

Almahruhum ayahandaku dan ibuku tercinta sebagai tanda bakti ananda dalam mengemban amanat yang telah diberikan.

Juga untuk seseorang yang telah tulus dan ikhlas memberikan motivasi cinta dan pendewasaan diri terima kasih banyak buat kamu.

-Baktiku kepada agama, almameter, nusa dan bangsa.

Kakakku Erniati dan supriyanto ST. sukses selalu dalam mencari pekerjaan dan cariin saya kerja ya....!!! Ok

Kekasihku tercinta Fitri Sari Indra Mega. "yank terima kasih atas perhatian kasih sayang, dukungan dan do'a untkku yang diberikan serta ketuluannya selama ini".

Thanks for M Ronny A S (flasdisnya), R Donny A S & Galih A S (yang mau menemani menyebarkan kuesioner) serta Altof Z S (pinjaman kamar & laptopnya sewaktu komputerku rusak).

Sahabat-sahabatku Rudi, Apeng, Dhela yang ada di Jakarta dan Riza, Maimun, Heny, dan anak - anak manajemen angkatan 2002 yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk sony ericson. Ada dua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, dari kedua hipotesis tersebut diuji dengan menggunakan regresi berganda.

Hasil temuan yang diperoleh pada penelitian ini, variabel sikap, norma subyektif, mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen dalam membeli produk sony ericson, sedangkan untuk variabel perilaku lampau berpengaruh positif tetapi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat konsumen dalam membeli produk sony ericson. Hal ini dikarenakan fitur atau fasilitas yang ada pada produk selalu berubah-ubah. Pada ketiga variabel tersebut yang paling mempengaruhi minat konsumen adalah variabel sikap.

Kata kunci: keyakinan konsumen, evaluasi konsumen, keyakinan normatif,

ABSTRACT

This research aim to know wether attitude , norm subjective and past behavior influence the consumer enthusiasm in buying product of Sony Ericson. There is 2 hypothesis raised in this research, from second of the hypothesis tested by using doubled regresi.

From finding obtained at this resesrch, attitude variable, norm subyektive, having positive influence and signifikan to consumer enthusiasm in buying product of Sony Ericson, while for the variable of past behavioral have an effect on positive but do not having of influence significant to customer enthusiasm in buying product of Sony Ericson. This Matter because of fitur (facility) of exist in product always always fluctuate. From third the variable most influencing of consumer enthusiasm is attitude variable

Keyword : consumer confidence, evaluate the consumer, convidence normative,
attitude, norm subjective and consumer enthusiasm

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul "Analisis Sikap, Norma Subyektif dan Perilaku Lampau Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Sony Ericson" yang merupakan salah satu syarat utama guna memperoleh gelar sarjana (S1) pada Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada nabi Muhammad SAW, para keluarga,, sahabat, dan pengikutnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan, hal ini karena keterbatasan penulis. Namun demikian, penulis telah berusaha untuk menyusun skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dalam menyusun skripsi ini penulis tak lepas dari bantuan berbagai piha, oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibundaku yang telah memberikan semangat dan doa. Dan almarhum ayahanda tersayang yang berada di surga yang selalu memberikan kasih sayang dan perhatian pada penulis sewaktu masih hidupnya.
2. Bapak Misbahul Anwar, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

3. Bapak Drs. Supriadi, M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan pengarahannya, semangat dan penalaran selama penulisan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Hasnah R. Msi. selaku Kaprodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
5. Ibu Fajarwati, S.E. M.Si. selaku Dosen Ketua Tim Penguji Skripsi yang telah memberikan masukan kepada penulis.
6. Ibu Dra. Tri Mariyati, M.M. selaku Dosen wali kelas yang telah membantu penulis selama dalam perkuliahan.

Akhirnya harapan penulis semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak terutama bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Perilaku Konsumen.....	8
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	9
4. Pengertian Sikap	14
5. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembentukan Sikap.....	16
6. Norma Subyektif.....	17
7. Perilaku Lampau	19
8. Minat Konsumen.....	20
B. Penelitian Terdahulu	21
C. Hipotesis.....	22
D. Model Penelitian.....	23

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian.....	24
B. Jenis Data	24
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
D. Teknik Pengumpulan Data	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
F. Uji kualitas alat Ukur Atau Instrumen	30
G. Uji hipotesis dan Analisis Data	32

BAB IV ANALISIS DATA

A. Gambaran umum daerah penelitian dan produk.....	36
1. Gambaran umum daerah penelitian	36
a. Batas Wilayah	36
b. Luas Wilayah dan Pembagian Wilayah.....	36
c. Gambaran Demografi.....	37
2. Gambaran Umum Produk.....	40
B. Profil Responden	41
C. Uji Kevalidan Data	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reabilitas	49
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	51
E. Pembahasan.....	55

BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

PENELITIAN

A. Kesimpulan.....	57
B. Saran.....	58
C. Keterbatasan Penelitian.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	60
TAMPIRAN	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
Gambar 2.1. Skema pemasaran	6
Gambar 2.2. Model penelitian.....	23

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
4.1. Jumlah Penduduk Tiap-Tiap Kecamatan Di Kotamadya Yogyakarta Tahun 2005	38
4.2. Jumlah Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Di Kotamadya Yogyakarta Tahun 2005	39
4.3. Jumlah Penduduk Berdasarkan Golongan Usia Di Kotamadya Yogyakarta Tahun 2005	39
4.4. Jenis Kelamin Responden	42
4.5. Usia Responden	42
4.6. Pekerjaan Responden	43
4.7. Tingkat Penghasilan Responden Perbulan	44
4.8. Hasil Uji Validitas Keyakinan Konsumen (bi).....	45
4.9. Hasil Uji Validitas Evaluasi Konsumen (ei)	46
4.10. Hasil Uji Validitas Keyakinan Normatif Konsumen (NBj)	47
4.11. Hasil Uji Validitas Motivasi Konsumen (MCj).....	47
4.12. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen (PB).....	48
4.13. Hasil Uji Validitas Minat Konsumen.....	49
4.14. Hasil Uji Reabilitas Variabel Sikap Meliputi Keyakinan Konsumen & Evaluasi Norma Keyakinan Subyektif Meliputi Keyakinan Normatif & Evaluasi, Variabel Perilaku Lampau Dan Variabel Minat	50

4.15. Hasil Uji t	52
4.16. Hasil Uji f	54
4.17. Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran 1. Daftar pertanyaan responden.....	61
Lampiran 2. Daftar karakteristik responden	65
Lampiran 3. Daftar keyakinan (bi) tentang sikap	71
Daftar evaluasi (ei) tentang sikap	74
Daftar perkalian (bi) dan (ei) atau sikap	77
Daftar keyakinan normatif (NBj)	80
Daftar motivasi (MCj).....	83
Daftar norma subyektif	86
Daftar Perilaku lampau	89
Daftar Minat	92
Lampiran 4. Daftar profil responden	95
Daftar hasil validitas keyakinan sikap	96
Daftar hasil validitas evaluasi sikap.....	98
Daftar hasil validitas keyakinan normatif	100
Daftar hasil validitas motivasi	101
Daftar hasil validitas perilaku lampau	102
Daftar hasil validitas minat	103
Lampiran 5. Daftar hasil reabilitas keyakinan sikap	105
Daftar hasil reabilitas evaluasi sikap	106
Daftar hasil reabilitas keyakinan normatif.....	107
Daftar hasil reabilitas motivasi	108

	Daftar hasil reabilitas perilaku lampau	109
	Daftar hasil reabilitas minat	110
	Data Hasil regresi berganda	111
Lampiran 6.	Data minat konsumen per responden.....	112
	Data untuk regresi.....	113
	Hasil regresi berganda	116