

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PASAR BERINGHARJO  
DI KOTA YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

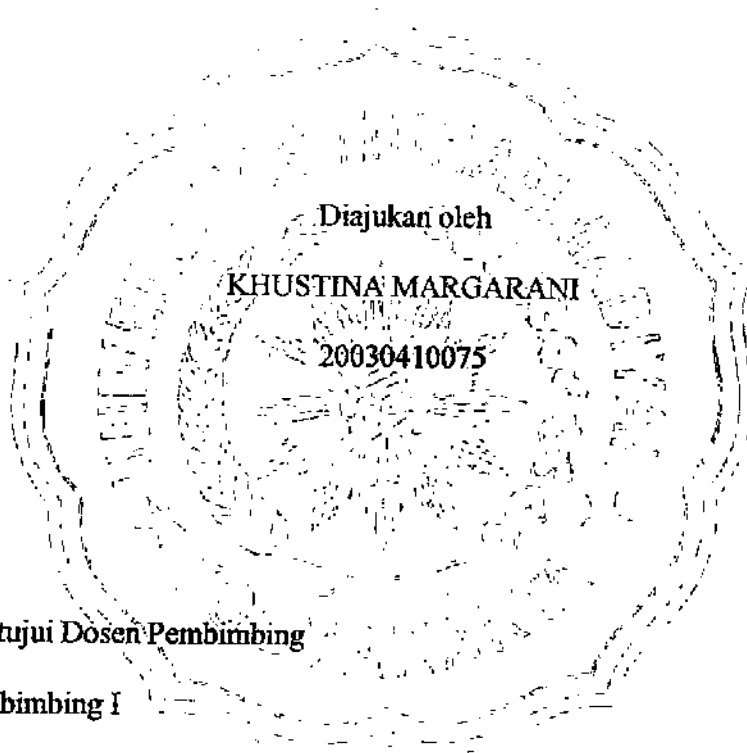
**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah  
Yogyakarta**



Oleh  
**KHUSTINA MARGARANI**  
20030410075

**FAKULTAS EKONOMI**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PASAR BERINGHARJO**  
**DI KOTA YOGYAKARTA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sutrisno Wibowo".

Sutrisno Wibowo, S.E.,MM.

NIK : 143030


Tanggal 3 Januari 2008

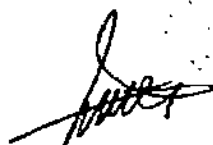
**SKRIPSI**  
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PASAR BERINGHARJO**  
**DI KOTA YOGYAKARTA**

Diajukan oleh

**KHUSTINA MARGARANI**  
20030410075

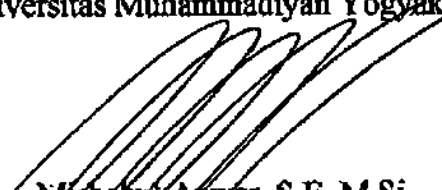
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Tanggal 26 Januari 2008  
Yang terdiri dari

  
Alhi Rahmawati, S.E., MM.  
Ketua Tim Penguji

  
Sutrisno Wibowo, S.E., MM.  
Anggota Tim Penguji

  
Gita Danupranata, S.E., MM.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Khustina Margarani

Nomor Mahasiswa : 20030410075

menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“ ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PASAR BERINGHARJO DI KOTA YOGYAKARTA ”**

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. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, Januari 2008

Khustina Margarani

## Motto

☉ "Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"

(Q.S. Al-Insyiroh:6)

☉ "Orang yang berpikir tidak akan jera untuk mendapatkan manfaat berpikir, tidak putus asa karena satu keadaan, dan tidak akan pernah berhenti berpikir dan berusaha".

(My Self...)

☉ "Keindahan adalah keindahan budi pekerti. Kebaikan adalah kebaikan tata krama. Dan keelokan adalah keelokan akal".

(DR. Aidh al-Qarni)

# Terima kasih untuk

- ⊗ Allah SWT, kepada-Nya segala puji, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta kemudahan guna menyelesaikan skripsi ini.....
- ⊗ Bapak dan Ibu tercinta, terimakasih atas perhatian dan motivasi yang tiada henti diberikan kepadaku yang menjadi semangat dan anugerah terindah yang aku miliki....
- ⊗ Kakakku : niba' ilin dan mas Fajar serta adikku : de' Nisa dan keponakanku Zahra....kalian semua adalah keluarga terbaik untukku.....
- ⊗ Seseorang yang akan mendampingi aku, terimakasih ya.....
- ⊗ Sahabatku : Anie manies smoga cepet dapet kerja ya.., Lilis cantiek mesti kerja lembur tetep semangat ya....., Putri mput-mput...teruskan perjuanganmu, dan untuk kalian semua jangan lupa aku ya.....
- ⊗ Temen-temenku : Mas Arif, Mas Pipit, Mas Yofie makasih ya udah dengan senang hati hati, sabar dan telaten benahi keceroran komputerku he..he..he....
- ⊗ Anak-anak kost Lembu Andini, kost Salamah sampai kost Sawo Manies 72 B makasih dah nemenaniku dan juga bantuin ina.....
- ⊗ Anak-anak Manajemen B 2003, kelas kita akan selalu menjadi kenangan terindah.....
- ⊗ Temen-temen KKN pasca gempa kelompok 10, tetep kompak ya.....
- ⊗ Dan kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini terselesaikan dengan lancar, makasih banyak ya.....

Karya kecilku ini ku persembahkan

Kepada:

Bapak dan Ibu Tercinta

Kakak dan Adikku

Alhamdulillah

## INTISARI

Tujuan pemasaran adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat dan beragam baik kuantitas maupun kualitasnya. Memahami perilaku pembelian konsumen tak pernah menjadi hal yang sederhana, untuk itu bagi pihak produsen, akan mendapat keuntungan apabila mampu memahami konsumennya secara menyeluruh bagaimana dan mengapa mereka membeli.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen pasar Beringharjo di Kota Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel aksidental. Responden dalam penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja berbagai jenis produk di pasar Beringharjo sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor layanan, harga, lokasi, produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen dan juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen. Dari keempat variabel, variabel harga mempunyai pengaruh sangat signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen.

Manfaat penelitian adalah sebagai acuan untuk memahami perilaku pembelian konsumen pasar Beringharjo, sehingga para pengusaha maupun pedagang dapat menyusun berbagai strategi usaha sesuai dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Dengan demikian para pengusaha maupun pedagang dapat bertahan hidup serta dapat berkembang dan mampu bersaing dengan pengusaha lain yang berada di sekitar pasar Beringharjo.

**Kata Kunci:** Perilaku Pembelian Konsumen



## ABSTRACT

*The purpose of marketing is completing and satisfy necessity and wanting of consumer which increase and complex good as quantity and quality of that. Understanding about buying behavior of consumer never become things that simple, for that to producers, will can profit if able to understand their consumer with complete about how and why they but that.*

*The purpose of this research for analyze about the factors which influence buying behavior of consumer in Beringharjo market, Yogyakarta city. Taking of sample with use technique of accidental sampling. Respondent in this research are consumer who ever shopping some product in Beringharjo market with account 100 respondents as object.*

*The result of this research showing that factor of service, price, location, product as simultan are significant influence on buying behavior of consumer and as partial have positif and significant influence on buying behavior of consumer. From four of that variable, variable of price have influence as significant on buying behavior of consumer.*

*The benefit of this research is as reference to understand buying behavior of consumer in Beringharjo market, so businessmen can make some business strategy which same with the factor influence buying behavior of consumer. So that businessmen can survive, develop and able to competition with other businessmen who there in Beringharjo market.*

**Keywords:** *Buying behavior of consumer.*

## **KATA PENGANTAR**

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi dengan judul: “**Analisi Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen Pasar Beringharjo di Kota Yogyakarta**” dapat terselesaikan dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (SI) pada fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan bagi pengusaha atau pedagang Pasar Beringharjo dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. Khoirudin Bashori selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, S.E.,MM selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Sofyan Azis,CES selaku Kepala Bidang Pengendalian BAPEDA  
Desaini DIY beserta stafnya yang telah memberikan izin penelitian ini

5. Bapak Drs. Hardono selaku Kepala Bagian Tata Usaha Dinas Perizinan DIY beserta stafnya yang telah memberikan izin penelitian ini
6. Bapak Drs. Hudiakto Prasetyo.Bsc. selaku kepala Bagian Tata Usaha Dinas Pengelolaan Pasar DIY beserta stafnya yang telah memberikan izin penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu serta saudara-saudaraku yang senantiasa memberikan dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi dan skripsi ini.
8. Semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat dalam proses penyelesaian tugas akhir (skripsi) ini.

**Semoga Allah SWT membalas kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis limpahan karunia-Nya. Amin.**

Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran guna penyempurnaan-penyempurnaan selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan.

**Wassalamu'alaikum wa rohmatullahi wa barakatuh**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
INTISARI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Batasan Masalah Penelitian .....	5
C. Rumusan Masalah Penelitian .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	8
B. Konsep Dasar dan Ciri-ciri .....	8

2.	Pengertian Perilaku Pembelian Konsumen .....	10
3.	Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen ....	11
4.	Proses Keputusan Pembelian .....	21
5.	Pengertian Pasar .....	23
B.	Penelitian Terdahulu .....	27
C.	Hipotesis Penelitian .....	28
D.	Model Penelitian .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		
A.	Objek/Subjek Penelitian .....	31
B.	Jenis Data .....	31
C.	Teknik Pengambilan Sampel .....	31
D.	Teknik Pengumpulan Data .....	32
E.	Definisi Operasional .....	32
1.	Definisi Variabel Penelitian .....	32
2.	Alat Ukur Untuk Mengukur Variabel Penelitian .....	33
3.	Teknik Penentuan Skala .....	35
F.	Uji Kualitas Instrumen .....	35
1.	Uji Validitas .....	35
2.	Uji Reliabilitas.....	36
G.	Uji Hipotesis dan Analisis data .....	37
1.	Analisis Regresi Berganda .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>		
A.	Simpulan Umum Objek/Subjek Penelitian	42

1.	Sejarah Berdirinya Pasar beringharjo .....	42
2.	Lokasi Pasar Beringharjo .....	42
3.	Deskriptif Hasil Penyebaran Kuesioner .....	43
B.	Uji Kualitas Instrumen .....	48
1.	Uji Validitas .....	48
2.	Uji Reliabilitas .....	49
C.	Hasil Penelitian (Pengujian Hipotesis) .....	49
1.	Analisis Regresi Berganda .....	49
a.	Uji t .....	51
b.	Uji F .....	52
c.	Analisis Koefisien Determinasi .....	53
D.	Pembahasan .....	54
 <b>BAB V   SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>		
A.	Kesimpulan .....	58
B.	Saran .....	59
C.	Keterbatasan Penelitian .....	60

## DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	46
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan .....	47
4.6. Hasil Uji Validitas .....	48
4.7. Hasil Uji Reliabilitas .....	49
4.8. Hasil Pengujian Regresi Berganda .....	50
4.9. Hasil Analisis Uji F .....	53
4.10. Pengujian Koefisien Determinasi .....	54

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>2.1. Model Terperinci Faktor-faktor yang Mempengaruhi</b>	
<b>Perilaku Pembelian Konsumen .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2: Model Perilaku Pembelian Konsumen Berkowitz .....</b>	<b>26</b>
<b>2.3. Model Pengaruh Layanan, Harga, Lokasi, Produk Terhadap</b>	
<b>Perilaku Pembelian Konsumen .....</b>	<b>20</b>