

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX  
YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK  
BERBELANJA DI SUPERMARKET ALFA  
YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

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



Di Susun Oleh :

ROMAS BUDI SARWONO

2000 041 0111

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2007

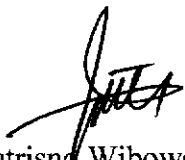
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX  
YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK  
BERBELANJA DI SUPERMARKET ALFA  
YOGYAKARTA**

Diajukan oleh:

ROMAS BUDI SARWONO  
2000 041 0111

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Sutrisno Wibowo, S.E, M.M

NIK 143 030

Februari 2007

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MARKETING MIX YANG  
MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA  
DI SUPERMARKET ALFA YOGYAKARTA**

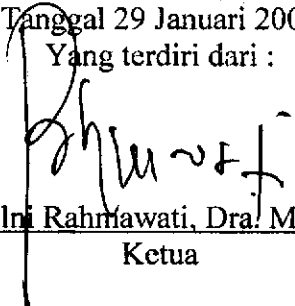
Diajukan oleh:


ROMAS BUDI SARWONO  
2000 041 0111

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

Tanggal 29 Januari 2007

Yang terdiri dari :

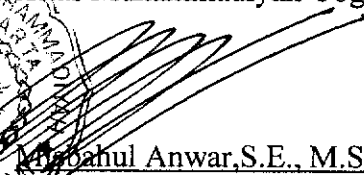
  
Alri Rahmawati, Dra. M.M.  
Ketua

  
Sutrisno Wibowo, Drs., M.M.  
Anggota

  
Fajarwati S.E. M.Si.  
Anggota

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



  
Mubahul Anwar, S.E., M.Si.  
NIK: 143 014

## **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, Februari 2007

Romas Budi Sarwono

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga selesainya skripsi ini dengan judul “ **Analisis Faktor-Faktor Marketing Mix Yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja Di Supermarket Alfa Yogyakarta**”.

Skripsi ini disusun guna memenuhi sebagian syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta petunjuk dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya sampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra.Rini Juni Astuti, MM, selaku Dosen Pembimbing Akademik.
3. Bapak Sutrisno Wibowo, Drs, M.M, selaku Dosen Pembimbing yang dengan ketulusan hati telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini.
4. Segenap jajaran pengurus aktifitas akademik yang telah membantu dalam penulisan penelitian ini.
5. Ayah Ibu tercinta yang telah membiayai, membantu dan mendorong demi terselesainya penelitian ini.

6. Teman- teman maupun semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu yang dengan rela membantu hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada mereka. Penulis menyadari bahwa penyusunan penelitian ini, isi ataupun cara penyusunannya masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima segala kritikan dan saran yang sifatnya membangun.

Akhir kata, atas segala kekurangan dan kesalahannya penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, Februari 2007

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Penelitian .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
A. Landasan Teori .....	5
1. Pengertian Pemasaran .....	5
2. Konsep Pemasaran .....	6
3. Riset Pemasaran .....	7

4. Perilaku Konsumen .....	8
5. Marketing Mix Barang dan Jasa .....	14
6. Proses Pengambilan Keputusan Membeli .....	18
7. Pengertian Supermarket .....	19
B. Hasil Penelitian Terdahulu .....	20
C. Hipotesis .....	21
D. Model Penelitian .....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
A. Subyek Penelitian .....	24
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	24
C. Jenis Data .....	25
D. Teknik Pengumpulan Data .....	25
E. Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	25
F. Uji Instrumen Penelitian .....	28
1. Uji Validitas .....	28
2. Uji Reliabilitas .....	29
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data .....	29
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	32
1. Latar Belakang Perusahaan .....	32
2. Strategi Perusahaan .....	35
3. Divisi-Divisi Dalam Perusahaan .....	37



4. Lokasi Gerai .....	38
B. Uji Instrumen Penelitian .....	41
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas .....	48
C. Hasil Penelitian .....	49
D. Pembahasan .....	56
<b>BAB V</b> <b>SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b> .....	<b>59</b>
A. Simpulan .....	59
B. Saran .....	61
C. Keterbatasan Penelitian .....	62

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

4.1. Hasil Pengujian Validitas Faktor Produk .....	41
4.2. Hasil Pengujian Validitas Faktor Harga .....	41
4.3. Hasil Pengujian Validitas Faktor Promosi .....	42
4.4. Hasil Pengujian Validitas Faktor Lokasi .....	43
4.5. Hasil Pengujian Validitas Faktor Karyawan .....	44
4.6. Hasil Pengujian Validitas Faktor Proses .....	44
4.7. Hasil Pengujian Validitas Faktor Pelayanan .....	45
4.8. Hasil Pengujian Validitas Minat Konsumen .....	46
4.9. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Independen dan Dependen .....	47
4.10. Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda .....	49
4.11. Hasil Pengujian Hipotesis untuk Koefisien Regresi Secara Parsial (uji t)....	53

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Perilaku Konsumen .....	8
2.2. Model Penelitian .....	23