

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA SWALAYAN
MIROTA GODEAN**

SKRIPSI

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



Oleh

ASEP SUSILO HARYANTO
20020410127

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2007

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA SWALAYAN
MIROTA GODEAN

Diajukan oleh

ASEP SUSILO HARYANTO
20020410127

Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing I


Hasnah Rimiati, SE. M.Si
NIK: 143 006

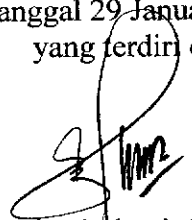
Tanggal 5 Desember 2006

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG
BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA SWALAYAN
MIROTA GODEAN


Diajukan oleh

ASEP SUSILO HARYANTO
220410127

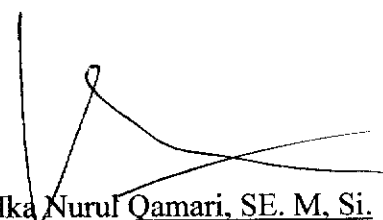
Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 29 Januari 2007
yang terdiri dari



Hasnah Riniyati, SE. M. Si.
Ketua Tim Penguji

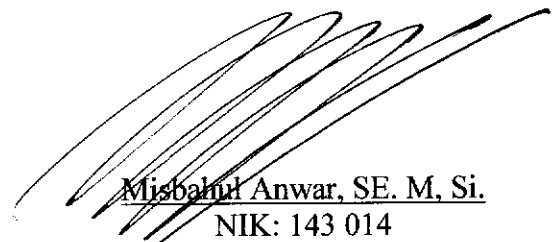


Drs. Supriyadi, MM.
Anggota Tim Penguji



Ika Nurul Qamari, SE. M. Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, SE. M. Si.
NIK: 143 014

PERNYATAAN

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

Yogyakarta, Januari 2007

Asep Susilo Haryanto

INTISARI

Analisis faktor-faktor Perilaku Konsumen yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Membeli Pada Swalayan Mirota Godean. Faktor-faktor yang digunakan adalah faktor internal yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi. Adapun permasalahan dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor-faktor perilaku konsumen yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean, serta mencari faktor yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean.

Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner disampaikan pada konsumen yang pernah berbelanja di Swalayan Mirota Godean.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kelima variabel yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean dan faktor harga adalah faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean.

Kata Kunci : Faktor-faktor Perilaku Konsumen

ABSTRACT

This research entitles Analysis of Consumer Behavior Factors that Affect Buying Decision at Mirota Godean Supermarkets. The used factors are internal factor that consist of product, service, price, promotion and place. The problem and objective of this research is to know wether consumer behavior factor that consist of product, service, promotion and place partially and simultaneously have positive effect on buying decision at Mirota Godean supermarket, and looking for the most significant factor on buying decision on Mirota Godean supermarket.

The analysis based on data gathered from research respondents who ever go shopping at Mirota Godean supermarket through questionnaire.

Result of Regression analysis shows that the fifth of variable consist of product, service, price, promotion and place partially and simultaneously have positive and significant effect on buying decision at Mirota Godean supermarket. Price factor is the most significant factor on buying decision at Mirota Godean supermarket.

Key Words : Consumer Behavior Factors

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, dengan mengucapkan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERILAKU KONSUMEN YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PADA SWALAYAN MIROTA GODEAN”**, bermaksud ingin mengetahui variabel-variabel pemasaran yang terdiri dari produk, pelayanan, harga, promosi dan lokasi yang dominan mempengaruhi keputusan membeli pada Swalayan Mirota Godean.

Dengan diselesaikannya penulisan skripsi ini maka penulis berharap bahwa ini bukanlah akhir dari suatu pengembangan ilmu khususnya perkembangan terhadap ilmu penulisan skripsi, namun makin berkembang lagi sampai tercapainya tujuan pendidikan yang dicita-citakan.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi oleh penulis untuk memperoleh gelar Sarjana ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Progam Studi Manajemen Perusahaan.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. oleh karena itu pada kesempatan ini penulis dengan setulus hati mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr. H. Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Misbahul Anwar, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE. M.Si, selaku Ka Prodi dan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan petunjuk, pengarahan, nasehat, masukan-masukan dengan penuh keikhlasan.
4. Seluruh Staff Pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

5. Bapak Aga Aystratika, selaku pimpinan Swalayan Mirota Godean Yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dalam skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya.

Akhirnya penulis hanya dapat memohon kepada Allah SWT agar semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi ini senantiasa dilimpahkan rahmat dan ridho-Nya dan Insya Allah skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan skripsi selanjutnya.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Januari 2007

Hormat kami

Asep Susilo Haryanto

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
INTISARI.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Landasan Teori.....	6
1. Pengertian Pemasaran.....	6
2. Konsep Pemasaran.....	7
3. Perilaku Konsumen.....	7
4. Teori Perilaku Konsumen.....	8
a. Teori Ekonomi Makro.....	8
b. Teori Psikologis.....	9

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	11
a. Faktor Lingkungan Eksternal.....	11
b. Faktor Lingkungan Internal.....	14
6. Proses Pengambilan Keputusan Membeli.....	19
7. Pengertian Swalayan	21
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	22
C. Hipotesis	23
D. Model Penelitian.....	23
BAB III METODA PENELITIAN.....	25
A. Obyek / subyek Penelitian.....	25
B. Jenis Data.....	25
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data.....	26
E. Devinisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
F. Uji Kualitas Instrumen.....	28
G. Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	32
1. Sejarah Perkembangan Perusahaan.....	32
2. Lokasi Perusahaan.....	34
3. Struktur Organisasi.....	35
4. Manajemen Personalia.....	38
5. Sistem Pemasaran.....	40
B. Analisis Deskriptif.....	43
C. Uji Kualitas Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas.....	49
D. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	50
E. Pembahasan.....	63

BAB V	SIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN.....	66
A.	Kesimpulan.....	66
B.	Saran.....	67
C.	Keterbatasan Penelitian.....	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	44
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	45
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	47
4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	48
4.7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian.....	49
4.7. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Produk.....	50
4.8. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Pelayanan.....	52
4.9. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Harga.....	53
4.10. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Promosi.....	54
4.11. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Lokasi.....	55
4.12. Tanggapan Responden terhadap Kuesioner tentang Keputusan Pembelian.....	56
4.13. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	59
4.14. Hasil Uji secara Parsial (Uji t).....	60

DAFTAR GAMBAR

5.1. Proses Keputusan Membeli.....	19
5.2. Model Penelitian.....	24
4.1. Struktur Organisasi.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	1
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden.....	7
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden.....	13
Lampiran 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	19