

**ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MIX  
PADA TOSERBA LARIS  
DI KLATEN**



Oleh:

ARIADI ANGGORO

20010410040

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2005**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX**  
**PADA TOSERBA LARIS**  
**DI KLATEN**


Diajukan oleh:


ARIADI ANGGORO  
20010410040


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

Tanggal 26 April 2005

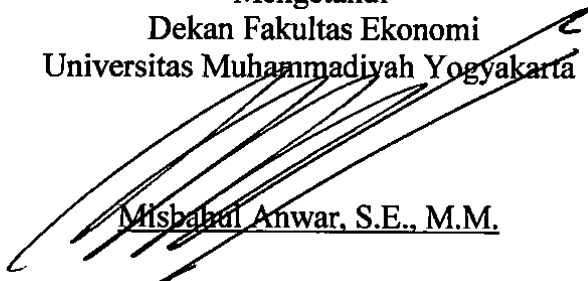
Yang terdiri dari

  
Drs. Edi Supriyono, M.M.  
Ketua Tim Penguji

  
Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.  
Anggota Tim Penguji

  
Ika Nurul Qamari, S.E., M.M.  
Anggota Tim Penguji

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

  
Misbahul Anwar, S.E., M.M.

**ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MIX  
PADA TOSERBA LARIS  
DI KLATEN**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen

Universitas Muhammadiyah

Yogyakarta

Oleh:

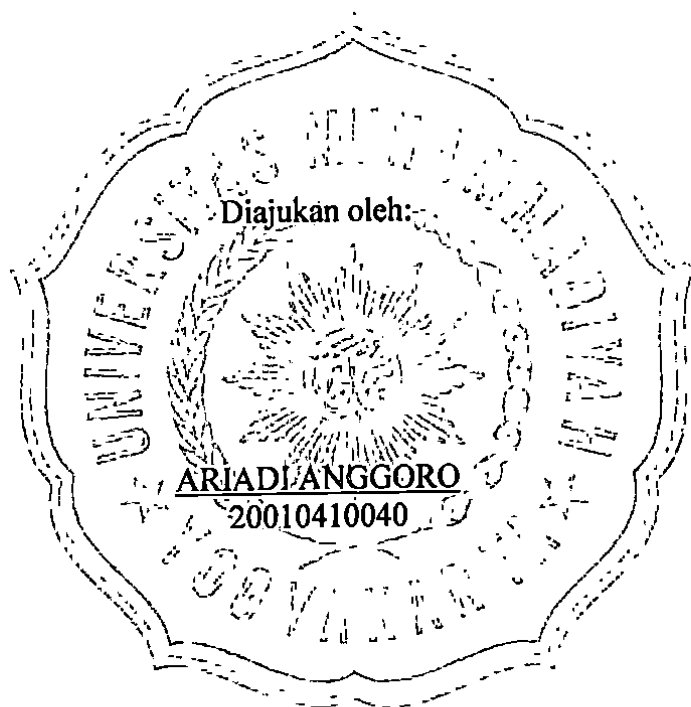
ARIADI ANGGORO

20010410040

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**


**2005**

**SKRIPSI**  
**ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX**  
**PADA TOSERBA LARIS**  
**DI KLATEN**



Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing

  
Siti Dyah Handayani, S.E., M.M.  
NIK. 143012

tanggal 15 Februari 2005

## 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 di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebut dalam daftar pustaka.

Yogyakarta,....Februari 2005

(AriAdi Anggoro)

# Motto

- Hidup adalah perjuangan yang terkadang tak seperti yang diimingkan, maka berusahalah kemudian bertawakallah.
- Hadapi semua rintangan dan cobaan hidup dengan hati yang ikhlas dan berusahalah untuk bisa melewatinya serta kaitkan hidup kita pada Al Quran dan berpegang teguhlah pada ajaran islam
- Allah akan mengangkat orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang berilmu beberapa derajat, (QS.Al Mujadalah :11)

# Persembahan

Dengan segala rasa penuh hormat ,  
Skripsi ini ku persembahkan teruntuk:

Bapak dan ibuku yang senantiasa memberikan yang terbaik untukku dengan  
segala kasih sayangnya

Kakek dan nenekku yang mendidikku dengan petuah-petuah bijaknya

Adikku: Bintar, narrie, dinnar yang selalu menghiburku dengan tawa cerianya

Keluarga besar Margowiyono dan Mujiati

Teman-temanku di FE UMY

Teman seperjuangan (Edi, Veri, Alief, Rina, Mara, Putri)

Teman-teman TourHolic serta bejoi n the gank

Gadis-gadis manisku yang telah rela menebarkan indah senyumnya untukku

Semua hamba Allah yang turut membantu, mendukung dalam penulisan skripsi ini

ALMAMATERKU

## KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“ANALISIS EFEKTIVITAS MARKETING MIX PADA TOSERBA LARIS DI KLATEN”**.

Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan saran bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Misbahul Anwar, SE, Msi. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Dra.Siti. Dyah Handayani, MM. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas ilmu yang diajarkan.
4. Bapak/Ibu pimpinan Toserba Laris Klaten beserta seluruh karyawan yang telah bermurah hati menerima penulis untuk mengadakan penelitian sehingga penulis memperoleh data dan keterangan yang diperlukan



5. Bapak dan ibuku yang telah membesarkan, mendidiku dengan penuh kasih sayang dan selalu mendukungku.
6. Keluarga Besar MARGO WIYONO dan Mujiati yang selalu mendukungku dan menghiburku disaat aku murung.
7. Pak Dukuh Ngepringan dan Teman KKN Ngepringan (Rizam, Tadig, Rewin, Bowo, Narlin, Andi, Lina, Titi dan nafzi)
8. Teman-teman di FE UMY terutama kelas A angkatan 2001.
9. Rekan-rekan yang telah banyak membantu yang tak dapat di sebutkan satu persatu.

Semoga amal dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan dan pahala yang setimpal dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.

Yogyakarta, ... Februari 2005

(AriAdi Anggoro)

## 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 .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
INTISARI .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan masalah.....	4
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian .....	5

E. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori .....	7
1. Pengertian Pemasaran .....	7
2. Strategi Pemasaran.....	8
3. <i>Marketing mix</i> .....	10
4. Pengertian Perilaku Konsumen.....	18
5. Teori Perilaku Konsumen .....	19
6. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	20
7. Pengertian Sikap .....	23
B. Kajian Penelitian Sebelumnya.....	25
C. Hasil Prasurvey dan Observasi .....	26
D. Hipotesis .....	28
E. Model Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Obyek Penelitian.....	29
B. Teknik Pengambilan Sampel .....	29
C. Jenis Data .....	30
D. Teknik Pengumpulan Data. ....	30
E. Definisi operasional Variabel Penelitian .....	31

F. Uji Kualitas Data .....	32
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	37
B. Uji Kualitas Data. ....	50
C. Hasil Penelitian.....	52
D. Pembahasan .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran .....	71
C. Keterbatasan Penelitian .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>
Lampiran 1.kusioner .....	74
Lampiran 2.Diskriptif Profil Responden .....	78
Lampiran 3. Hasil Perangkingan Responden.....	80
Lampiran 4. Hasil Penilaian Responden .....	82
Lampiran 5. Uji Kualitas Data .....	85
Lampiran 6. Perhitungan Bobot Kepentingan Responden.....	88

Lampiran 7. Penilaian Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Pekerjaan .....	92
Lampiran 8. Output Chy Square test .....	97

## DAFTAR TABEL

4.1 Hasil Uji Validitas dari Variabel Produk.....	50
4.2 Hasil Uji Validitas dari variabel Harga.....	51
4.3 Hasil Uji Validitas dari Variabel Lokasi .....	51
4.4 Hasil Uji Validitas dari variabel Promosi .....	51
4.5 Hasil Uji Reliabilitas dari Variabel-variabel <i>Marketing mix</i> .....	52
4.6 Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan .....	53
4.7 Klasifikasi Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	53
4.8 Penilaian Responden Terhadap Atribut Keragaman produk .....	54
4.9 Penilaian Responden Terhadap Atribut Kualitas produk .....	55
4.10 Penilaian Responden Terhadap Atribut Kemasan produk.....	55
4.11 Penilaian Responden Terhadap Atribut Harga Yang Murah .....	56
4.12 Penilaian Responden Terhadap Atribut Harga Yang Lebih Murah Dibanding Harga Pesaing .....	56
4.13 Penilaian Responden Terhadap Atribut Variasi Harga.....	57
4.14 Penilaian Responden Terhadap Atribut Lokasi .....	57
4.15 Penilaian Responden Terhadap Atribut Tata ruang.....	58
4.16 Penilaian Responden Terhadap Atribut Suasana .....	58
4.17 Penilaian Responden Terhadap Atribut Iklan.....	59

4.18 Penilaian Responden Terhadap Atribut Potongan Harga .....	59
4.19 Penilaian Responden Terhadap Atribut Kupon Berhadiah.....	60
4.20 Perangkingan Terhadap Atribut <i>Marketing Mix</i> Pada Toserba Laris Klaten .....	61
4.21 Bobot Tingkat Penilaian Konsumen Terhadap Atribut <i>Marketing mix</i> di Toserba Laris Klaten.....	63
4.22 Sikap Konsumen Terhadap Atribut <i>Marketing Mix</i> Pada Toserba Laris Klaten....	63
4.23 Uji Perbedaan penilaian Konsumen Terhadap Atribut <i>Marketing Mix</i> di Toserba Laris Klaten .....	66

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	11
2.2 Model Penelitian .....	28
4.1 Struktur Organisasi Pada Toserba Laris Klaten.....	42