

**ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI
DI MAL GALERIA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Oleh :
RAHMAD CAHYADI
2000 041 0143

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2006**

SKRIPSI
ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI
DI MAL GALERIA
YOGYAKARTA

Diajukan oleh

RAHMAD CAHYADI
20000410143

Telah disetujui Dosen Pembimbing
Dosen Pembimbing



Hasnah Rimiati, SE. M.Si

Tanggal 28 September 2006

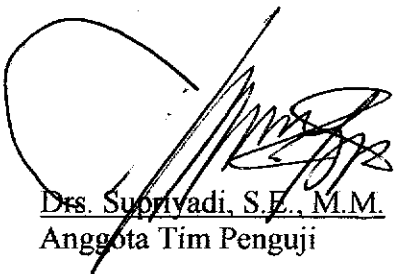
SKRIPSI
ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI
DI MAL GALERIA
YOGYAKARTA

Diajukan oleh

RAHMAD CAHYADI
20000410143


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 14 Oktober 2006
Yang terdiri dari


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


Drs. Supriyadi, S.E., M.M.
Anggota Tim Penguji


Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si.
Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta


Hasbani Anwar, SE., 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 November 2006

Rahmad Cahyadi

INTISARI

Konsumen dapat melakukan pembelian apabila konsumen merasa yakin dan menyukai produk yang dibelinya setelah membandingkannya dengan produk lain. Factor tempat juga dapat mempengaruhi pembelian konsumen, seperti lokasi dan pelayanan di suatu toko. Hal diatas menunjukkan bahwa perilaku pembelian dapat berbentuk apa saja di dalam proses pembelian.

Penelitian ini membahas tentang niat konsumen dalam melakukan pembelian. Niat merupakan salah satu kegiatan dalam serangkaian tindakan proses pembelian. Penelitian ini menekankan pada analisis niat konsumen dalam melakukan belanja secara berulang-ulang. Sample yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan alat analisis model *Bentler* dan *Speckart*, yang digunakan untuk mengukur niat beli kembali konsumen.

Hasil penelitian menyatakan bahwa niat pembelian kembali oleh konsumen sangat kuat dan meyakinkan, maka dari hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa niat konsumen sangat dipengaruhi oleh pandangan orang lain dan diri sendiri, kemudian ada perbedaan niat ditinjau dari tingkat penghasilan

Keywords : niat, perilaku konsumen, pembelian.

ABSTRACT

Consumer can do buying if the consumer feel sure and like the product that they buy, after compare with the other product. The place factor also can influence the buying of consumers, like the place and the service in a shop. The case above show that the buyers attitude can show everything in the process of buying.

This research study about consumers need in do of buying needs is one of the activity in on combination of activity on the buying process. This research base on the analysis consumers needs in do buy by continually. The sample that use in this research is 100 responden, this research use analysis instrument Bentler and speckart type that use to measure needs of buying the consumers.

The result in this research is declare that the needs of buying return by the consumers is strong and surely. So from the result of this analysis can that needs of the consumers is influence by the oplnion the others people and by self, and then there are the differences needs that see in terrace of income.

Keywords: *attitude, consumer behavior, buying.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, dengan judul "Analisis Niat Konsumen Untuk Berbelanja Kembali di Mal Galeria."

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak yang bersifat langsung maupun tidak langsung, maka skripsi ini tidak akan terselesaikan. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak KH. DR. Khoirudin Bashori, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Bapak Misbahul Anwar, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Ibu Hasnah Rimiati, SE. M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh perhatian, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ibu Rini Juni Astuti, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing selama kuliah.

5. Bapak Supriyadi, S.E., M.M. dan Ibu Munjiati Munawaroh, S.E., M.Si. selaku dosen penguji, serta seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu sebagai dasar dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh staff Administrasi dan Pengajaran universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
7. Kedua orang tuaku (Bapak Heriyadi dan Ibu Uswatun Khasanah) yang telah membesarkan aku serta membimbing aku selama ini. Terima kasih atas segala pengorbanan dan doa yang telah kalian berikan kepadaku, semoga aku bias membalas segala pengorbanan itu (amiin).
8. Seluruh Adik-adikku (Dodi Saputra, Luhur Heri Wahyudi, Aditya Heri Susanti) terima kasih atas doa dan semangat yang diberikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini banyak kekurangannya. Dan tanpa bimbingan dan dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak, tugas ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua dan diridhoi oleh Alloh SWT, Amiin

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN INTISARI	vii
HALAMAN ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xiii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Batasan Masalah Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	5
1. Pemasaran	5
2. Perilaku Konsumen	7
3. Theory of Reactioned Action	9
a. Perilaku lampau	9
b. Sikap	10
c. Norma Subjektif	10
B. Hasil Penelitian Terdahulu	11
C. Hipotesis Penelitian	13
D. Model Penelitian	15

BAB III METODE PENELITIAN

A. Obyek dan Subyek Penelitian	16
B. Teknik Pengambilan Sampel	16
C. Jenis Data	17
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Definisi Oprasional Variabel Penelitian	19
F. Uji Kualitas Instrumen	22
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data	24

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. gambaran Umum Obyek Penelitian	27
B. Karakteristik Responden	29
C. Hasil Uji Keualitas Instrumen	32
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) dan Pembahasan	35

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	51
B. Saran	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	29
4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	30
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	31
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	32
4.5. Hasil Uji Kevalidan Data	33
4.6. Hasil Uji Reliabilitas	35
4.7. Tanggapan Tentang Keyakinan Responden.....	37
4.8. Tanggapan Tentang Penilaian Responden	40
4.9. Tanggapan Tentang Sikap Konsumen	41
4.10. Tanggapan Tentang Keyakinan Responden Terhadap Referen.....	43
4.11. Tanggapan Tentang Motivasi Responden Untuk Menuruti Referen	45
4.12. Tanggapan Tentang Norma Subyektif Responden menuruti Referen	46
4.13. Tanggapan Tentang Pengalaman Masa Lampau Responden.....	47

DAFTAR GAMBAR

2.1. . Model <i>Bentler</i> dan <i>Speckart</i>	15
---	----