

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI  
SUPERMARKET GORO ASSALAAM**



**SKRIPSI**

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Guna memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Disusun oleh:**

**M.A. AZIS SULTHONI**

**B 100 010 249**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2007**

## **HALAMAN PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI SUPERMARKET GORO  
ASSALAAM**

Yang ditulis oleh M.A. Azis Sulthoni, NIM: B 100 010 249

Penanda tangan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, Januari 2007  
Pembimbing Utama

(Lukman Hakim, SE, MSi.)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Drs. Syamsudin, MM.)

## HALAMAN MOTTO

*Jadikan sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusu'.*

*(Al-Baqoroh : 45)*

*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain, dan kepada tuhanmulah kamu berharap.*

*(Alam Nasyrah : 6-8)*

*Barang siapa menghendaki dunia maka ia harus (mempergunakan) ilmu pengetahuan. Dan barang siapa menghendaki akhirat maka ia pun harus (mempergunakan) ilmu pengetahuan dan barang siapa menghendaki keduanya maka ia harus (mempergunakan) ilmunya.*

*(Hadist Nabi Muhammad SAW)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Skripsi ini kupersembahkan untuk:*

- 1. Ayah dan Ibu yang tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, pengorbanan dan do'a yang tiada henti-hentinya.*
- 2. Mbak Yuli, adikku suci dan Izul yang selalu kusayangi*
- 3. Semua sahabatku*
- 4. Almamaterku*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala berkah dan petunjuk-Nya, maka skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DI SUPERMARKET GORO ASSALAAM” ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini penulis susun guna melengkapi tugas-tugas dan syarat-syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam menyusun skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, bahwa banyak pihak turut membantu terselesaikannya skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Syamsudin MM selaku dekan Fakultas Ekonomi
2. Bapak Lukman Hakim SE, MSi selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Herman Wibowo selaku HR & GA Manager Goro Assalaam yang telah memberikan ijin kepada penulis.
4. Bapak dan Ibuku tercinta yang memberikan dorongan moril, materiil dan doa yang dipanjatkan setiap malam
5. Adikku Suci dan Izul yang aku sayangi, terima kasih telah memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Keluarga besar Mbah Hadi di Pabelan, terima kasih atas dukungan dan bantuannya selama ini yang telah diberikan kepada penulis.
7. Sahabat-sahabatku sejak dari SMP 2: Sigit, Ari Astuti, Dian, En Dwi, Veronica, Jaga selalu persahabatan kita.

8. Keluarga besar Ambalan Sambernyawa-Ratu Kalinyamat: mas Andi JP (terima kasih telah banyak membantu penulis) mas Jono, Irfan, Esha, Panji, Mulyani, Sulis, Afiani, Anna, Ikke dan melati.
9. Temanku cowok Danan, Totok, Joni, Pujo, Toyib, Andi, Fajar, Ageng, Regent, Rio, Bernard jaga persahabatan kita jangan sampai luntur.
10. Temanku cewek Etik, Sandri, Pipit, Susi Banjar, Yani, Sumi, Teti Abadikan persahabatan kalian.
11. Dan teman-temanku Klas E Angkt 01 kapan bisa bersatu lagi?

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna dan masih memerlukan banyak perbaikan dan penyempurnaan, oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan segenap ucapan terima kasih serta penulis berharap semoga skripsi ini akan bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PENULIS

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRAKSI.....	xi
<b>BAB I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Skripsi.....	7
<b>BAB II</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>
A. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	9
B. Konsep Pemasaran.....	12
C. Atribut Produk.....	14
D. Pengertian perilaku konsumen.....	21

	E. Teori Perilaku Konsumen.....	22
	F. Tahap-Tahap Dalam Proses pengambilan keputusan pembelian.....	30
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
	A. Kerangka Pemikiran.....	38
	B. Hipotesis.....	40
	C. Deskripsi Operasional Variabel Penelitian.....	40
	D. Populasi dan Sampel.....	46
	E. Data dan Sumber Data.....	46
	F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48
	G. Teknik Analisa Data.....	50
BAB IV	PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	
	A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	57
	B. Deskripsi Responden.....	67
	C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	70
	D. Analisa Data.....	80
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	83
	B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2.	Usia Responden.....	68
Tabel 4.3.	Tingkat Pendidikan Responden.....	69
Tabel 4.4.	Pekerjaan Responden.....	69
Tabel 4.5.	Rangkuman Uji Validitas.....	70
Tabel 4.6.	Rangkuman Uji Reliabilitas.....	71

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Pola Dasar Teori Perilaku Konsumen.....	22
Gambar II.2. Model Menyeluruh Dari Perilaku Pembeli.....	26
Gambar II.3. Model Perperinci Perilaku Pembeli.....	27
Gambar III.1. Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar IV.1. Struktur Organisasi PT. Assalaam Niaga Utama.....	60
Gambar IV.2. Struktur Organisasi Store Goro Assalaam.....	61

## ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis apakah faktor harga, lokasi, pelayanan, desain supermarket, dan promosi secara bersama-sama mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian di Supermarket Goro Assalaam, 2) Untuk menganalisis faktor mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di Supermarket Goro Assalaam.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Supermarket Goro Assalaam dengan jumlah sampel 100 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara *accidental sampling*, yaitu dengan mengambil sejumlah konsumen yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti pada saat melakukan penelitian. Metode *accidental sampling* digunakan karena jumlah populasinya tidak jelas.

Hasil uji regresi berganda menunjukkan bahwa faktor Harga (X1), Lokasi (X2), Pelayanan (X3), desain supermarket (X4), dan Promosi (X5), baik secara bersama-sama maupun sendiri-sendiri mempengaruhi faktor keputusan pembelian (Y). Faktor harga adalah faktor yang paling dominan atau terbesar sumbangannya dalam mempengaruhi frekuensi pembelian dengan koefisien paling besar (0,141), dibanding dengan koefisien regresi promosi (0,136), koefisien regresi desain supermarket (0,1), koefisien regresi lokasi (0,0929), dan koefisien regresi pelayanan (0,08513). Nilai R square sebesar 0,567, hal ini berarti bahwa 56,7 % keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh variabel harga, lokasi, pelayanan, desain supermarket, dan promosi, sedangkan sisanya 43,3 % dijelaskan oleh variabel lain.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa :1) Ada pengaruh yang signifikan dari faktor harga, lokasi, pelayanan, desain supermarket, dan promosi terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, 2) faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, dibandingkan dengan faktor lokasi, promosi, pelayanan, dan desain supermarket.