

**PENGARUH LOKASI, HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
ELEKTRONIK DI TOKO KURNIA ELEKTRONIK
SRAGEN**

Tugas Akhir

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mencapai Gelar Sarjana
Program S 1 Manajemen Pemasaran**



Oleh :

YULIANA DIYAH WULANDARI

B 100 030 389

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2007**

ABSTRAK

PENGARUH LOKASI, HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK ELEKTRONIK DI TOKO KURNIA ELEKTRONIK SRAGEN

YULIANA DIYAH WULANDARI

B 100 030 389

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut seorang pemimpin harus mampu menjadi yang terbaik diantara yang baik, sehingga dapat memuaskan konsumen. Hal tersebut dapat dicapai dengan menawarkan lokasi, harga, fasilitas dan pelayanan yang berbeda dan lebih baik dari toko-toko lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel yaitu lokasi, harga, fasilitas dan pelayanan terhadap variabel independent yaitu minat beli, kemudian dari keempat variabel tersebut dapat diidentifikasi variabel apakah yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen pada produk elektronika di toko Kurnia Elektronik Sragen.

Dalam penelitian ini digunakan analisa kualitatif dan kuantitatif. Analisa kualitatif diukur dengan menggunakan nilai prosentase sedangkan analisa kuantitatif menggunakan analisa validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji t, uji f, uji determinant dan uji normalitas.

Hasil dari penelitian terdahulu dengan penelitian saya menunjukkan bahwa dari keempat variabel dependent secara significant mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk elektronik di toko Kurnia Elektronik Sragen.

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini telah disetujui dan diterima oleh Dosen Pembimbing Tugas Akhir, Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul : “PENGARUH LOKASI, HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK ELEKTRONIK DI TOKO KURNIA ELEKTRONIK SRAGEN” guna mencapai derajat Sarjana Studi S 1 Manajemen Pemasaran.

Surakarta, Juli 2007

Telah disetujui dan diterima oleh

Dosen Pembimbing I

Drs. Sujadi, MM.

Dosen Pembimbing II

Rini Kuswati, SE.

HALAMAN PENGESAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lain”
(QS. Al-Insyiroh : 6-7)

“Hidup tanpa kebebasan, seperti tubuh tanpa jiwa. Dan kebebasan tanpa akal seperti roh yang kebingungan. Hidup kebebasan dan akal adalah 3 dalam 1, abadi dan tidak pernah sirna”. (Kahlil Gibran)

Mulailah petualanganmu,

Carilah jati dirimu,

Temukan sahabat sejatimu,

Dapatkan cinta sejatimu. (Slank)

PERSEMBAHAN

Dengan cinta dan ketulusan hati karya ini kupersembahkan kepada :

- Bapak dan Ibu tercinta atas do'a, kasih sayang dan nasehatnya yang telah diberikan kepadaku selama ini dan selamanya.
- Suamiku tercinta yang selalu setia menemaniku dalam suka maupun duka.
- Bidadari kecilku yang menjadi semangat hidupku.
- Adik-adikku arif jangan main terus, Bagus belajar yang rajin ya
- Seluruh keluarga besar Eyang Kromo Ijoyo.
- Sahabat terbaikku Fitri, Anis, Fika, terima kasih atas persahabatan yang indah ini. Giarni ayo selesaikan skripsinya.
- Semua teman-teman Manajemen, '03 kelas H khususnya.
- Dan semua pihak yang telah membantu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum, Wr. Wb.

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul **PENGARUH LOKASI, HARGA, FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK ELEKTRONIK DI TOKO KURNIA ELEKTRONIK SRAGEN**".

Penulis menyadari dalam penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena keterbatasan pengetahuan, waktu serta pengalaman penulis yang masih banyak kekurangan, namun penulis berusaha menyajikan Tugas Akhir ini sebaik-baiknya.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1 Bapak Drs. Syamsudin, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- 2 Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Menegement UMS.
- 3 Bapak Drs. Sujadi, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan serta dorongan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

- 4 Ibu Rini Kuswati, SE, selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan banyak waktu untuk memberi bimbingan serta dorongan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
- 5 Bapak Drs.Ma'ruf, MM, selaku Pembimbing Akademik.
- 6 Bapak Priyo, selaku Pemilik Toko Kurnia Elektronik Sragen.
- 7 Bapak dan Ibuku tercinta yang telah memberikan dukungan dana, kasih sayang serta dorongan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
- 8 Persinggahan terakhirku yang menemani hari-hariku “thanks for your love”.
- 9 Gadis kecilku yang membuat hari-hariku bertambah indah.
- 10 Anak-anak kelas H Manajemen '03.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan segala kerendahan hati penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan Tugas Akhir ini. Jika ada benarnya itu datangnya dari Allah SWT, adapun kesalahan itu kehilafan dari penulis.

Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.

Surakarta, Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	*
Abstrak	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Motto.....	v
Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Table	xi
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Skripsi.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
1. Pengertian perilaku konsumen	9
2. Teori perilaku konsumen.....	9
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	12
4. Tahap-tahap proses keputusan membeli	15

5. Pengertian produk	18
6. Pengertian harga.....	20
7. Implikasi perilaku konsumen terhadap pemasaran strategi pemasaran.....	20
B. Hipotesis Penelitian.....	23
C. Hasil Peneliti Terdahulu.....	24
D. Perbedaan Penelitian Terhadap Peneliti Terdahulu	24
BAB III PROSEDUR PENELITIAN	
A. Metode Penelitian	25
1. Ruang lingkup penelitian	25
2. Data dan sumber data.....	25
3. Populasi dan sampel.....	25
B. Kerangka Pemikiran.....	26
C. Metode Pengumpulan Data.....	27
D. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	38
B. Hasil Penelitian	45
C. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel IV 1 Data Responden Berdasar Jenis Kelamin	46
Tabel IV 2 Data Responden Berdasar Usia.....	46
Tabel IV 3 Data Responden Berdasar Pendidikan.....	47
Tabel IV 4 Data Responden Berdasar Pekerjaan	48
Tabel IV 5 Data Responden Berdasar Pendapatan	48
Tabel IV 6 Hasil Uji Validitas Item Kuesioner.....	49
Tabel IV 7 Hasil Uji Reliabilitas Isi Kuesioner	50
Tabel IV 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	50
Tabel IV 9 Data Responden Berdasar Pendapatan	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran.....	26
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	40