

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI**

**KONSUMEN PADA MINIMARKET ALFAMART**

**(Cabang Garudamas Surakarta)**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

**Oleh:**

**MELIZA ALFIONITA**

**B 100 070 204**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2011**

## **PENGESAHAN**

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

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI  
KONSUMEN PADA MINIMARKET ALFAMART  
(Cabang Garudamas Surakarta)”**

Yang ditulis oleh :

**Meliza Alfionita**  
**NIM : B 100 070 204**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Januari 2011

Pembimbing Utama

**(Drs. Farid Wajdi, MM, Ph D)**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

---

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : MELIZA ALFIONITA  
NIRM : 07.6.106.02016.50204  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
BELI KONSUMEN PADA MINIMARKET  
ALFAMART (Cabang Garudamas Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2011  
Yang membuat pernyataan,

**Meliza Alfionita**

## **MOTTO**

*"Perubahan terjadi bukan lantaran ada yang memiliki keinginan besar sedangkan yang lain tidak, melainkan ada yang siap dan ada yang tidak siap untuk berubah. (James Gordon, M.D.)*

*Dan bahwasanya seseorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah dia usahakannya. Dan bahwasannya usahanya itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). (QS. An Najm : 30-40)*

*" Tidak ada orang yang sempurna didunia, maka jangan pernah meremehkan orang lain " (Penulis)*

## PERSEMBAHAN

SKRIPSI INI PENULIS PERSEMBAHKAN KEPADA :

- ❖ AYAH DAN IBU YANG SELALU MEMBERIKAN DO'A DAN DUKUNGAN.
- ❖ TEMAN-TEMAN YANG SELALU MENDUKUNG AKU.
- ❖ ANAK-ANAK MANAJEMEN 2007 SEMOGA SUKSES SEMUA.
- ❖ ALMAMATER UMS.

## *Kata Pengantar*



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Farid Wajdi, MM, P.hd selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Bapak Imron Rosyadi, SE, M.Si selaku Pembimbing Akademik yang telah membantu studi akademisku selama ini.
6. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.

7. Teman-teman Kuliahku angkatan 2007. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri.
8. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Januari 2011

(Penulis)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAKSI .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Tujuan Penelitian .....	4
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Minat Beli.....	6
B. Kualitas Pelayanan .....	9
C. Reputasi Perusahaan .....	14



D. Proses Pengambilan Keputusan Untuk Membeli .....	19
E. Penelitian Terdahulu .....	21
F. Hipotesis .....	23
G. Kerangka Pemikiran .....	23

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian .....	24
B. Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel .....	24
C. Data dan Sumber Data .....	26
D. Metode Pengumpulan Data .....	26
E. Definisi Operasional Variabel .....	26
F. Instrumen Penelitian .....	24
G. Uji Instrumen Penelitian .....	25
H. Metode Analisis Data .....	27

### BAB IV PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Responden .....	34
B. Analisis Data .....	37
C. Pembahasan .....	47

### BAB V PENUTUP

A. Simpulan .....	49
B. Keterbatasan Penelitian .....	49
C. Saran Peneliti Yang Akan Datang .....	50

### DAFTAR PUSTAKA

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	35
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan ...	37
Tabel 4.6 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	38
Tabel 4.7 Rangkuman Hasil Uji Validitas Reputasi Perusahaan .....	38
Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Uji Validitas Kelengkapan Barang.....	39
Tabel 4.9 Rangkuman Hasil Uji Validitas Minat Beli .....	39
Tabel 4.10 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda.....	41

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Tabulasi Data
3. Uji Validitas dan Reliabilitas
4. Uji Regresi Linier berganda
5. Tabel  $r_{\text{product moment}}$
6. Tabel  $t_{\text{hitung}}$
7. Tabel  $F_{\text{hitung}}$

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan kelengkapan barang terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas dan menganalisis variabel independen apakah yang paling dominan dalam minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen Alfamart cabang Garudamas untuk mengambil suatu langkah kebijaksanaan dalam strategi pemasaran agar dapat memenangkan persaingan dalam bisnis retail. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linier berganda dengan uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di Alfamart cabang Garudamas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 60 responden. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Alfamart cabang Garuda Mas, karena nilai thitung = 5,987 > 2,003. Variabel Harga ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas, karena nilai thitung = 2,495 > 2,003. Variabel Lokasi ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas, karena nilai thitung = 2,152 > 2,003. Hasil perhitungan secara serentak diperoleh  $F_{hitung} = 23,453 > 2,76$ ; sehingga variabel kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan kelengkapan barang secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas. Variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garuda Mas, karena variabel kualitas pelayanan mempunyai koefisien beta yang lebih besar dibandingkan dengan variabel-variabel yang lain, yaitu sebesar 0,602. Sehingga variabel kualitas pelayanan yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas terbukti kebenarannya. Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah 0,557; hal ini berarti bahwa variasi perubahan variabel minat beli konsumen di Alfamart cabang Garudamas dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan kelengkapan barang sebesar 55,7%, sedangkan sisanya sebesar 44,3% dapat dijelaskan oleh variabel yang lain di luar model.

***Kata kunci*** : kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan kelengkapan barang