

**ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI
DI TOSERBA MITRA KARTASURA**



SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat
guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Ekonomi Manajemen pada Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :
WIDIANTO ARI PURNOMO
B 100 060 228

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2010**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Suatu perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya selalu berupaya memperoleh laba, kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam hal ini adalah kegiatan pemasaran dimana dalam kegiatan tersebut juga bertujuan memberikan kepuasan kepada konsumen. Dari banyaknya perusahaan, yang menjadi spesifikasi kali ini adalah usaha tempat pembelanjaan.

Masyarakat sekarang dengan pola konsumsinya yang cenderung ingin praktis dan serba cepat, selera konsumen dalam berbelanja juga semakin berkembang. Konsumen datang tidak hanya untuk sekedar berbelanja, namun bereaksi untuk mencari informasi tentang berbagai produk atau untuk membandingkan harga dengan tempat pembelanjaan lain.

Perkembangan usaha tempat pembelanjaan pada saat ini sangat maju pesat, sehingga persaingan usaha tempat pembelanjaan sangat ketat dan masing-masing tempat pembelanjaan berusaha menawarkan antara lain : harga yang bersaing, pelayanan yang memuaskan, kelengkapan produk yang dijual, desain dan tata letak produk, tempat parkir yang luas, serta keamanan berbelanja. Toserba Mitra Kartasura pada awalnya merupakan satu satunya tempat pembelanjaan besar di kartasura, akan tetapi saat ini muncul beberapa tempat pembelanjaan baru yang ingin bersaing. Konsumen pun dihadapkan pada

berbagai alternatif pilihan tempat pembelanjaan, sehingga mengakibatkan para pengelola tempat perbelanjaan dituntut untuk lebih mengikuti perkembangan pasar sebagai dasar penetapan keputusan konsumen. Pemahaman para pengelola perbelanjaan terhadap perilaku konsumen sangat dibutuhkan untuk keberhasilan dalam pengambilan keputusannya.

Menurut Bentler-Speckart (dalam Poly Endrayanto, 2002:1-15) niat berperilaku seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sikap, norma subyektif, dan perilaku masa lampau. Jika seorang konsumen yang berbelanja disuatu tempat, kemudian konsumen tersebut mendapatkan kebutuhan dan kenyamanan dalam berbelanja di tempat tersebut maka bukan hanya mungkin dalam benak konsumen tersebut sudah timbul niat dikemudian hari ia akan kembali berbelanja di tempat itu lagi.

Penelitian ini menitikberatkan pada niat konsumen akhir dan pembeli individual. Konsumen akhir adalah individu melakukan kegiatan pembelian yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau konsumsi rumah tangga. Sedangkan yang dimaksud konsumen individual adalah seseorang yang melakukan pembelian tanpa dipengaruhi oleh orang lain secara langsung, atau dapat dikatakan konsumen tersebut benar-benar melakukan pembelian, dalam hal ini orang lain bukan berarti tidak terlibat dalam proses terjadinya pembelian. Misalkan, dalam membeli kebutuhan sehari-hari seperti pasta gigi, sabun dan detergen, dapat dipastikan bahwa seluruh anggota keluarga terlibat dalam proses pembelian tersebut.

Peramalan tentang niat konsumen di masa mendatang dapat dilakukan berdasarkan apa telah mereka katakan tentang niat mereka untuk mengambil pilihan atau membeli. Berkaitan dengan masalah diatas, maka penelitian ini akan sesuai dengan memilih konsumen Toserba Mitra Kartasura, pusat perbelanjaan ini terletak di lokasi yang strategis karena berada di jantung kota Kartasura, tepatnya berlokasi di Jl. A. Yani 18 Kartasura, Sukoharjo, Jawa Tengah. Toserba Mitra Kartasura sudah sangat terkenal dan menjadi tempat berbelanja favorit dikalangan masyarakat Kartasura.

Seperti halnya tempat-tempat perbelanjaan, Toserba Mitra Kartasura juga berusaha untuk menarik konsumen dengan penawaran-penawaran menarik, antara lain harga yang bersaing, pelayanan yang memuaskan dengan para pramuniaga yang cekatan dan ramah. Kelengkapan produk juga dimiliki oleh Toserba Mitra Kartasura, mulai dari barang kebutuhan sehari-hari, perlengkapan rumah tangga, alat-alat tulis hingga pakaian juga tersedia bahkan juga tersedia barang elektronik dan selluler. Desain dan tata letak produk dibuat semenarik mungkin. Bagi para konsumen Toserba Mitra Kartasura yang membawa kendaraan, disediakan tempat parkir yang cukup memadai di halaman depan dengan sistem keamanan yang baik.

Dari berbagai permasalahan tersebut diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: **“ANALISIS NIAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA KEMBALI DI TOSERBA MITRA KARTASURA”**

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau secara sendiri-sendiri mempengaruhi niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura ?
2. Apakah sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau secara serentak mempengaruhi niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura ?
3. Manakah diantara variabel sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau yang paling dominan berpengaruh terhadap niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian adalah suatu bentuk kegiatan untuk mencari kebenaran terhadap suatu hal dengan menggunakan pendekatan-pendekatan atau metode-metode tertentu. Adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau secara sendiri-sendiri mempengaruhi niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura.
2. Untuk mengetahui apakah sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau secara serentak mempengaruhi niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura.

3. Untuk mengetahui diantara variabel sikap, norma subyektif, dan perilaku lampau yang paling dominan berpengaruh terhadap niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

1. Bagi Toserba Mitra Kartasura.

Sebagai bahan masukan dan saran baik pihak Toserba Mitra Kartasura, tentang sikap, norma subyektif dan perilaku masa lampau konsumen, yang mengakibatkan konsumen mempunyai niat untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura.

2. Sebagai Referensi.

Penelitian ini dapat dijadikan sebuah salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya dan bagi pembaca yang berminat mengetahui niat konsumen untuk berbelanja kembali di Toserba Mitra Kartasura.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dan memperjelas arah dan tujuan penelitian ini maka peneliti menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tinjauan teori yang meliputi: pengertian pemasaran, konsep pemasaran, pengertian perilaku konsumen, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, pengertian pembelian, proses keputusan pembelian, niat konsumen, pengertian sikap, norma subjektif, perilaku lampau, penelitian sebelumnya, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini secara umum akan membahas kerangka pemikiran, lokasi penelitian, jenis penelitian, definisi populasi dan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, skala pengukuran, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi gambaran umum Toserba Mitra Kartasura, sejarah Toserba Mitra Kartasura, karakteristik responden, pengujian instrumen penelitian, analisis data, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, keterbatasan penelitian serta saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN