



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM BERBELANJA
(Studi Kasus Alfamart di Jl. Kalimantan Jember)**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

FIQI ASEP OKVANDI

NIM : 131.04.11183

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2018

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Berbelanja (Studi Kasus Alfamart di jl. Kalimantan Jember) telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari :
Tanggal :
Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Bayu Wijyantini, SE, MM
NPK. 10 09 061

Anggota 1,

Anggota 2,

Feti Fatimah SE, MM.
NPK. 07 09 622

Dra. Wenny Murtalining T, M.Si.
NPK. 84 07 039

Mengesahkan,

**Dekan Fakultas Ekonomi
Manajemen**

Ketua Jurusan

Dr. Arik Susbiyani SE, M.Si.
NPK. 01 09 289

Drs. Anwar, M.Sc
NPK. 85 03 125

KATA PENGANTAR

Puji syukur selalu terpanjatkan atas kehadiran Allah subhanawata'ala yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir / skripsi ini dengan baik.

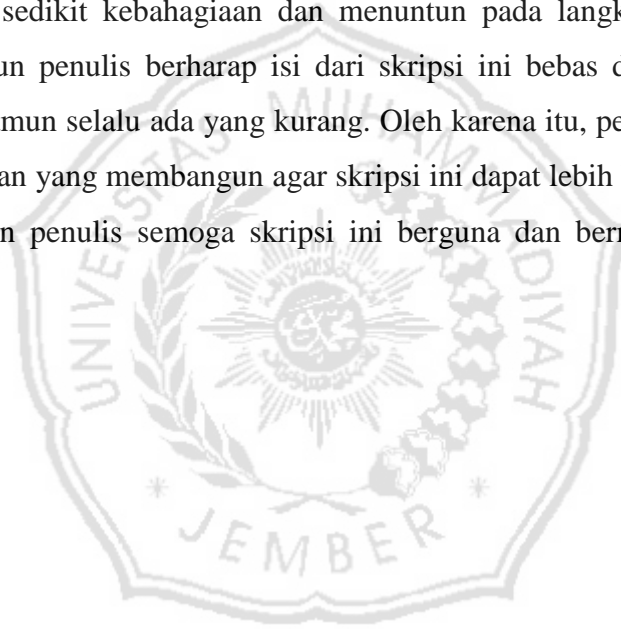
Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Nabi akhir jaman Muhammad SAW, sehingga penulis mampu mendapatkan hidayah dari Allah SWT dengan adanya Iman dan Islam.

Penulis sangat menyadari akan kekurangan dalam menyusun skripsi ini dan untuk itulah, penulis dengan senang hati menerima kritikan serta saran yang berguna bagi perbaikan skripsi ini selanjutnya. Penulis juga menyadari bahwa tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan segala pihak, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada :

- a. Dr. Arik Susbiyani SE, M. Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- b. Drs. Anwar, M.Sc, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan ijin penelitian kepada penulis.
- c. Feti Fatimah, SE., MM. selaku dosen pembimbing I dan Dra. Wenny Murtalining T, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, bantuan dan pengarahan hingga tersusunnya skripsi ini.
- d. Bayu Wijyantini SE, MM, selaku dosen penguji skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan, dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
- e. Seluruh Staf Pengajar/dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammdiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen.
- f. Kedua orang tua tercinta, untuk semua cinta yang mengagumkan, doa, integritas, dukungan, dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga menjadi awal yang baik.

- g. Semua saudara-saudaraku tercinta dan segenap keluarga lainnya, yang senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi serta biaya demi kesuksesan studi peneliti.
- h. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen angkatan 2013 dan seluruh sahabat-sahabatku terima kasih atas bantuan, dukungan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
- i. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Meskipun penulis berharap isi dari skripsi ini bebas dari kekurangan dan kesalahan, namun selalu ada yang kurang. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi, Akhir kata Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi semua pihak.



Jember 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTARLAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	5
1.3.Tujuan dan kegunaan Penelitian	5
1.3.1 Tujuan Penelitia	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Teori	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Pemasaran	8
2.1.3 Bisnis Ritel	9
2.1.4 Harga	10
2.1.5 Pelayanan	11
2.1.6 Lokasi	12
2.1.7 Promosi	13
2.1.8 Prilaku Konsumen	14
2.1.8.1 Definisi Prilaku Konsumen	14

2.1.8.2 Model Prilaku Konsumen	15
2.1.9 Keputusan Pembelian	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hipotesis Dan Kerangka Konseptual	20
2.3.1 Kerangka Konseptual	20
2.3.2 Hipotesis	21
2.3.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	21
2.3.2.2 Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian konsumen....	21
2.3.2.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.3.2.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	22
2.3.2.5 Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	24
3.2 Definisi Operasional Variabel	24
3.3 Desain Penelitian	26
3.4 Jenis Data	26
3.5 Populasi Penelitian, Teknik Sampel dan Sampel	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel	27
3.5.3 Teknik pengambilan Sampel	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data	29
3.7.1 Uji Instrumen Data	29
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	30
3.7.3 Uji Asumsi Klasik	30
3.7.4 Uji Hipotesis	31
3.8 Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	33
4.1.1 Sejarah Berdirinya Alfamart	33

4.1.2	Visi dan Misi Alfamart.....	35
4.1.3	Struktur Organisasi Perusahaan	36
4.1.4	Gambaran Umum Responden	38
4.1.4.1	Deskripsi Statistik Responden	38
4.1.4.2	Analisis Deskriptif Frekuensi Pernyataan Responden	39
4.2	Pengujian Instrumen Data	44
4.2.1	Pengujian Validitas Data	44
4.2.2	Pengujian Reliabilitas Data	44
4.2.3	Analisis Regresi Linier Berganda	45
4.2.4	Pengujian Asumsi Klasik	47
4.2.4.1	Pengujian Normalitas	47
4.2.4.2	Pengujian Multikolinearitas	47
4.2.4.3	Pengujian Heterokedastisitas	48
4.2.5	Pengujian Hipotesis	49
4.2.5.1	Uji F	49
4.2.5.2	Uji T	50
4.2.5.3	Koefisien Determinasi	51
4.3	Pembahasan	52
4.3.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart	52
4.3.2	Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart ...	53
4.3.3	Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart	53
4.3.4	Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Alfamart	54
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		55
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	55
DAFTAR PUSTAKA		56

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1: Pengantar Kuesioner
- LAMPIRAN 2: Rekapitulasi Kuesioner
- LAMPIRAN 3: Frekuensi Pernyataan Responden
- LAMPIRAN 4: Uji Validitas
- LAMPIRAN 5: Uji Reliabilitas
- LAMPIRAN 6: Uji Regresi Linier Berganda, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis
- LAMPIRAN 7: Tabel Distribusi F
- LAMPIRAN 8: Penelitian terdahulu dan Dokumentasi Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Sunyoto, 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Badan Penerbit IPWI.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Basu Swastha Dharmmesta, T. Hani Handoko, 2000, *Manajemen Pemasaran "Analisa perilaku konsumen"*. Edisi pertama cetakan ketiga. BPFE-Yogyakarta, Yogyakarta
- Berman, Barry, and Joel R. Evans, 2007, *Retail Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Buchari Alma.2007, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Buchari, Alma, 2009., *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Cetakan kedelapan, Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Pertama*. Yogyakarta : Andi
- Fandy, Tjiptono, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Yogyakarta, C.V Andi Offset
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Supranto. 2009. *The Power of Statistics Edisi ke-2*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Phillip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium 1*. Jakarta. PT. Prenhallindo.
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2005, *Manajemen Pemasaran , Jilid I dan II*, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran, Jilid 2*, Edisi 12, PT Indeks., New Jersey.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*, Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran terj : Bob Sabran*, Edisi 13 jilid 1 dan 2 , penerbit Erlangga
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Levy & Weitz. 2007. *Retail Management 6th edition. United States of America* : McGraw-Hill International
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani A. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Maharani, Arina. 2014. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Warung Bakso Sari Gurih Pak Ratno”. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mujiyana, Ingge Elissa. 2013. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online”. *Skripsi*. Universitas Gunadarma.
- Nawawi, Muhammad Tony dan Ikhaz, Muhammad Safiqi. 2015. “The Factors that influence consumer decisions in purchasing products in Alfamart minimarket in Pinang, a subdistrict of Tangerang”. *Binus Business Review*, vol. 6 no. 3.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.