

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT BIMBO FASHION AND SHOES
DELANGGU KLATEN**

SKRIPSI



Oleh

Nama : Miladdina Permata Sari
Nomor Mahasiswa : 00311407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2004

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT BIMBO FASHION AND SHOES
DELANGGU KLATEN**

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



oleh

Nama : Miladdina Permata Sari
Nomor Mahasiswa : 00311407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2004

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku. ”

Yogyakarta, 2 April 2004

Penulis,

Miladdina Permata Sari

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

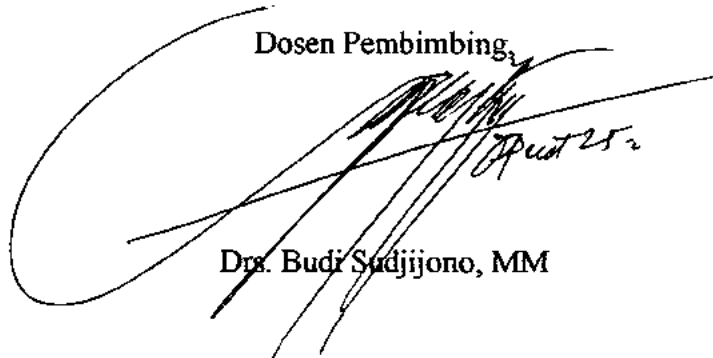
Analisis Sikap Konsumen
terhadap Atribut Bimbo Fashion and Shoes
Delanggu Klaten

Nama : Miladdina Permata Sari
Nomor Mahasiswa : 00311407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 25 Maret 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A large, stylized handwritten signature in black ink, written over the printed name of the supervisor. The signature is cursive and includes the date 'Maret 25 2004' written in smaller script.

Dr. Budi Sudjijono, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BIMBO FASHION AND
SHOES DELANGGU KLATEN**

**Disusun Oleh: MILADDINA PERMATA SARI
Nomor mahasiswa: 00311407**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 Mei 2004

Penguji/Pemb. Skripsi : DRS. BUDI SUDJIJONO, M.SI

Penguji : DRS. AKHMAD MUHADI, MA

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAKSI

Dunia bisnis mengalami perkembangan yang pesat dewasa ini, yang ditandai dengan persaingan bisnis yang semakin besar. Upaya yang dilakukan dengan mengkombinasikan berbagai fungsi yang ada di perusahaan secara optimal. Untuk dapat bersaing dan mempertahankan usahanya. Pemuasan konsumen merupakan kunci utamanya. Kepuasan konsumen terhadap pembelian suatu produk mendorong perusahaan untuk mencari dan memilih alternatif yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana setiap konsumen mempunyai kriteria kepuasan dan sikap yang berbeda-beda terhadap produk yang ditawarkan.

Sikap adalah perasaan emosional dan kecenderungan tindakan seseorang yang suka atau tidak suka terhadap objek atau ide tertentu. Dengan memperhatikan sikap konsumen maka nantinya akan berguna dalam mengidentifikasi pembeli yang mungkin memiliki minat yang paling besar terhadap produk-produk yang ditawarkan pasar.

Hipotesa yang diajukan adalah karakteristik konsumen memiliki derajat keterkaitan yang erat terhadap atribut yang terdapat pada toko Bimbo Delanggu, dan konsumen berdasarkan karakteristiknya memiliki sikap yang baik terhadap atribut Toko Bimbo Delanggu terutama (produk). Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbedaan karakteristik konsumen dalam menanggapi atribut Toko Bimbo Delanggu dan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap atribut Toko Bimbo Delanggu. Analisis yang digunakan adalah Chi-Square dan indeks sikap.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk perhitungan Chi-Square menunjukkan bahwa terdapat keterkaitan yang signifikan antara (usia dengan harga, produk dan pelayanan; pekerjaan dengan harga dan produk; penghasilan dengan harga). Dari perhitungan indeks sikap diperoleh 2,751 dikategorikan kedalam kriteria daerah penerimaan baik. Dari hasil bobot pertimbangan atribut diperoleh peringkat pertama adalah produk(321), kedua harga (313), ketiga pelayanan (243) dan keempat promosi (123).

MOTTO

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang bersabar".

(QS. Al-Baqoroh: 153)

"Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah kesenangan (sementara) dan sesungguhnya akhirat itulah negeri yang kekal".

(QS. Al-Mukmin: 39)

"Jangan takut akan perubahan karena yang pasti didunia ini adalah perubahan".

(Khalil Gibran)

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

- 1. Bapak dan Ibu thanks for everything*
- 2. Adekku: Eva dan Tiara (make wishes),*

ALI (hope be there)

- 3. Almamaterku*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala rahmat ,hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT BIMBO FASHION AND SHOES DELANGGU KLATEN”.

Penyusunan skripsi ini ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Stata-1 di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Persiapan, perencanaan ,dan pelaksanaan hingga terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dari berbagai pihak baik secara moril maupun materiil.Tiada sesuatu yang dapat melukiskan kebahagiaan penulis selain rasa syukur yang mendalam. Oleh karena itu dengan kerendahan hati dengan ketulusan yang mendalam, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr.Ir. Luthfi Hasan, MS, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Drs.H. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dra. Nur fauziah, MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Drs. Budi Sudjijono, MM, selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar memberi bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

5. Bapak Sakimin, selaku Pimpinan Toko Bimbo Delunggu yang telah memberikan izin sehingga penulis bisa melakukan penelitian.

6. Sahabat- sahabatku, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini.

Hanya kepada Allah jualah penulis berdoa, semoga amal kebaikan tersebut mendapat balasan yang berlipat.

Saran dan kritik yang sifatnyan membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat.

Amin ya robbal' alamin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, Maret, 2004

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan.....	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian	v
Abstraksi	vi
Halaman Motto dan Persembahan	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	7

BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	15
2.2.1 Pengertian Pemasaran	15
2.2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	17
2.2.3 Konsep Pemasaran	18
2.2.4 Pengertian Perilaku konsumen	19
2.2.5 Proses Pengambilan Keputusan	20
2.2.6 Teori Perilaku Konsumen	23
2.2.7 Faktor Yang mempengaruhi konsumen	25
2.2.7.1 Faktor Lingkungan Eksternal	26
2.2.7.2 Faktor lingkungan Internal	30
2.2.8 Strategi Pemasaran	33
2.2.9 Pengertian Sikap	36
2.2.10 Komponen Sikap	37
2.2.11 Pembentukan dan Perubahan Sikap	38
2.2.12 Model Sikap	38
2.2.12.1 Model Sikap Multiatribut	38
2.2.12.2 Model Index Sikap	39
2.2.12.3 Model Fishbein	40
2.2.12.4 Model Angka Ideal	40
2.3 Kerangka Teoritis	41
2.4 Hipotesis Penelitian	42

BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
3.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	43
3.1.2 Lokasi Toko Bimbo Delanggu	44
3.1.3 Strategi Pemasaran Perusahaan	44
3.1.4 Struktur Organisasi Toko Bimbo Delanggu	46
3.1.5 Jam dan Hari Kerja	48
3.1.6 Sistem Pengupahan	49
3.1.7 Fasilitas Karyawan	49
3.2 Variabel Penelitian	50
3.3 Definisi Operasional	50
3.3.1 Karakteristik Reponden	50
3.3.2 Atibut-atribut Toko bimbo	50
3.4 Data dan Sumber Data	51
3.5 Populasi Sampel	52
3.6 Metode Pengukuran Data	52
3.6.1 Analisis Validitas	55
3.6.2 Analisis Reliabilitas	55
3.7 Metode Analisis Data	56
3.7.1 Analisis Kualitatif	56
3.7.2 Analisis Kuantitatif	57
3.7.2.1 Analisis Chi-Square	57
3.7.2.2 Analisis Indeks Sikap	59

BAB IV ANALISIS DATA	61
4.1 Analisis Validitas dan Reliabilitas	61
4.2 Analisis Kualitatif	67
4.2.1 Karakteristik Responden	67
4.2.2 Identifikasi Responden terhadap Penilaian	71
Variabel Toko Bimbo Delanggu	
4.3 Analisis Kuantitatif	79
4.3.1 Analisis Chi-Square	79
4.3.1.1 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko	80
Bimbo Delanggu berdasarkan Jenis Kelamin	
4.3.1.2 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko	87
Bimbo Delanggu berdasarkan Tingkat Usia	
4.3.1.3 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko	93
Bimbo Delanggu berdasarkan Jenis Pekerjaan	
4.3.1.4 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko	100
Bimbo Delanggu berdasarkan Tingkat Penghasilan	
4.3.2 Analisa Indek Sikap	107
BABV PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
DAFTAR PUSTAKA	114

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1 Matriks Pertanyaan.....	49
4.1 Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Harga	57
4.2 Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Produk.....	58
4.3 Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Pelayanan.....	59
4.4 Rangkuman Uji Validitas Butir Pertanyaan Variabel Promosi.....	60
4.5 Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu Berdasarkan	62
Jenis Kelamin	
4.6 Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu Berdasarkan	63
Tingkat Usia	
4.7 Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu Berdasarkan	64
Jenis Pekerjaan	
4.8 Karakteristik Responden Toko Bimbo Delanggu Berdasarkan	65
Tingkat Penghasilan	
4.9 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu.....	66
berdasarkan Jenis Kelamin	
4.10 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu.....	69
berdasarkan Tingkat Usia	
4.11 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu.....	72
berdasarkan Jenis Pekerjaan	
4.12 Penilaian Responden terhadap Variabel Toko Bimbo Delanggu.....	74

	berdasarkan Tingkat Penghasilan	
4.13	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel harga terhadap Jenis Kelamin	78
4.14	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel produk terhadap Jenis Kelamin	79
4.15	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel pelayanan terhadap Jenis Kelamin	81
4.16	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel promosi terhadap Jenis Kelamin	83
4.17	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel harga terhadap Tingkat Usia	85
4.18	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel produk terhadap Tingkat Usia	86
4.19	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel pelayanan terhadap Tingkat Usia	88
4.20	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel promosi terhadap Tingkat Usia	90
4.21	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel harga terhadap Jenis Pekerjaan	91
4.22	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel produk terhadap Jenis Pekerjaan	93
4.23	Hasil Perhitungan Chi-Square variabel pelayanan terhadap Jenis Pekerjaan	95

4.24 Hasil Perhitungan Chi-Square variabel promosi terhadap	96
Jenis Pekerjaan	
4.25 Hasil Perhitungan Chi-Square variabel harga terhadap	98
Tingkat Penghasilan	
4.26 Hasil Perhitungan Chi-Square variabel produk terhadap	100
Tingkat Penghasilan	
4.27 Hasil Perhitungan Chi-Square variabel pelayanan terhadap	101
Tingkat Penghasilan	
4.28 Hasil Perhitungan Chi-Square variabel promosi terhadap	103
Tingkat Penghasilan	
4.29 Hasil Urutan Prioritas yang diberikan Responden pada	107
Toko Bimbo Delanggu	
4.30 Hasil Timbangan Atribut Toko Bimbo Delanggu.....	107
4.31 Hasil Nilai Atribut Toko Bimbo Delanggu.....	108
4.32 Hasil Perhitungan Sikap Responden atas atribut	108
Toko Bimbo Delanggu	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Teoritis.....	38
3.1 Struktur Organisasi Amigo Group.....	43
3.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Ho.....	54
4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Kelamin terhadap Harga	79
4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Kelamin terhadap Produk	81
4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Kelamin terhadap Pelayanan	82
4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Kelamin terhadap Promosi	84
4.5 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Usia terhadap Harga	86
4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Usia terhadap Produk	87
4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Usia terhadap Pelayanan	89
4.8 Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Usia terhadap Promosi	91

4.9	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Pekerjaan	92
	terhadap Harga	
4.10	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Pekerjaan	94
	terhadap Produk	
4.11	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Pekerjaan	96
	terhadap Pelayanan	
4.12	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Jenis Pekerjaan	97
	terhadap Promosi	
4.13	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Penghasilan	99
	terhadap Harga	
4.14	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Penghasilan	101
	terhadap Produk	
4.15	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Penghasilan	102
	terhadap Pelayanan	
4.16	Daerah Penerimaan dan Penolakan antara Tingkat Penghasilan	104
	terhadap Promosi	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I. Daftar Pertanyaan untuk Responden Toko Bimbo Delanggu**
- II. Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas**
- III. Tabulasi Data Penelitian Sikap Konsumen terhadap Atribut
Toko Bimbo Delanggu**
- IV. Hasil Analisis Chi-Square**
- V. Daftar Tabel**
- VI. Surat Keterangan Penelitian**