

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi
Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sabun Mandi
(Studi Kasus di Kelurahan Pakembinangun, Sleman, Yogyakarta)

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Buntarko Manggolo

Nomor Mahasiswa : 00311338

Program studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

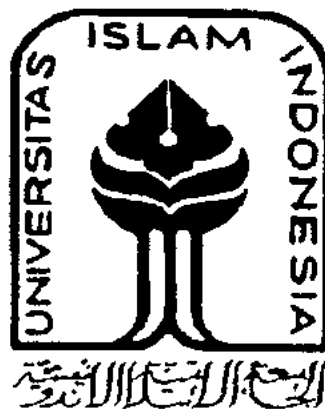
YOGYAKARTA

2004

Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi
Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sabun Mandi
(Studi Kasus di Kelurahan Pakembinangun, Sleman, Yogyakarta)

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 : Buntarko Manggolo

Nomor Mahasiswa : 00311338

Program studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2004

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, Juni 2004

Penulis,

Buntarko Manggolo

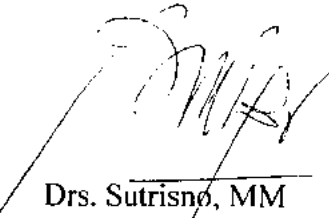
**Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi
Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sabun Mandi
(Studi Kasus di Kelurahan Pakembinangun, Sleman, Yogyakarta)**

Nama : Buntarko Manggolo
Nomor Mahasiswa : 00311338
Program studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 24 Juni 2004

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Sutrisno, MM

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

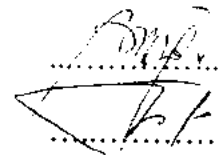
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM PEMBELIAN SABUN MANDI (STUDI KASUS DI KALURAHAN
PAKEMBINANGUN SLEMAN YOGYAKARTA)

Disusun Oleh: **BUNTARKO MANGGOLO**
Nomor mahasiswa: 00311338

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 9 Agustus 2004

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Sutrisno, MM

Penguji : Drs. Martono, SU



Mengetahui
Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Martono, MA

MOTTO

".....Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap....." (Q.S. Alam Nasyrah : 6-19)

"Dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu, sesungguhnya seburuk-buruknya suara-suara adalah suara keledai" (Q.S. Luqman : 19)

PERSEMBAHAN

Karyaku ini kupersembahkan kepada :

- Bapak dan Ibu tercinta atas dorongan serta do'anya.
- Intan, terima kasih atas dorongan, cinta dan setianya.
- Mbak Befi dan Adikku Banu yang telah memberi dorongan dan semangatnya.
- Rekan-rekan yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.
- Almamaterku tercinta.
- Pembaca yang budiman.

ABSTRAK

Sabun mandi sebagai pembersih dan pengharum badan saat ini telah menjadi barang pokok yang dikonsumsi oleh masyarakat. Memandang bahwa sabun mandi sebagai suatu produk yang memiliki nilai baik perusahaan maupun konsumen, maka penulis tertarik mengadakan penelitian tentang bagaimana sikap konsumen terhadap produk sabun mandi, terutama faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk sabun mandi khususnya di kecamatan Pakembinangun.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sabun mandi, serta untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sabun mandi khususnya di kecamatan Pakembinangun.

Demi kemudahan penelitian dalam melakukan penelitian terutama dalam memperoleh data primer, maka dilakukan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan metode pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisisioner. Penyebaran kuisisioner dilakukan untuk mengidentifikasi perilaku konsumen dalam pembelian sabun mandi yang didasarkan menurut 4 faktor atribut yang mempengaruhinya yaitu harga, kemasan, merek dan kualitas. Sedangkan karakteristik responden dibedakan menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan.

Untuk memecahkan permasalahan penulis menggunakan pendekatan ilmu perilaku konsumen, sedangkan alat analisis yang digunakan untuk pemecahan masalah adalah analisa chi square dan koefisien kontingensi terhadap penilaian responden sehingga dapat diketahui hubungan antara atribut produk sabun mandi dan karakteristik konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan antara usia responden dengan atribut kemasan sabun mandi, usia responden dengan kualitas sabun mandi, pendidikan responden dengan atribut kemasan sabun mandi, pendidikan responden dengan atribut kualitas sabun mandi, pekerjaan responden dengan atribut merek sabun mandi, pekerjaan responden dengan atribut kualitas sabun mandi, penghasilan responden dengan atribut kualitas sabun mandi.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis persembahkan kehadiran Allh SWT, yang telah memberikan rahmat dan barokah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Untuk penelitian ini penulis memberikan judul: **"Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Sabun Mandi (Studi Kasus di Kelurahan Pakembinangun, Sleman, Yogyakarta)"**

Skripsi ini diajukan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa hasil penelitian ini memang masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya kepada pembaca apabila terdapat salah kata ataupun kekurangan dalam skripsi ini. Sebenar-benarnya kebenaran dan ilmu adalah karena Allah Ta'ala, dan segala kelemahan dan kekurangan adalah sifat dasar manusia.

Selain itu, penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Secara tulus ikhlas penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Soewarsono, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan izin untuk menyusun skripsi ini.
2. Bapak Drs. Sutrisno, MM, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang rela meluangkan waktunya dengan sabar membimbing, memberi pengarahan serta petunjuk yang sangat berguna bagi penulis, sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

3. Segenap dosen dan civitas Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang penuh pengabdian yang telah mendidik penulis baik secara langsung maupun tidak langsung.
4. Bapak Asmanto dan Ibu Sri tersayang, atas cinta kasih serta dorongan dan doanya yang tulus.
5. Mbak Befi dan Adik Banu atas kasih sayang dan spirit yang diberikan.
6. Intan, untuk kasih sayang, kesetiaan, kesabarannya, waktu dan tenaga dalam membantu terselesaikannya skripsi ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah memberikan segala bantuan dan dukungan kepada penulis, sehingga terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat-Nya dan membalas budi baik mereka semua, amin.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan penulis sendiri serta dapat dijadikan sebagai bahan studi perbandingan untuk penyusunan tugas-tugas serupa agar nantinya hasil yang dapat dicapai jauh lebih baik.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI | ii |
| HALAMAN JUDUL SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME..... | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI..... | v |
| HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | viii |
| ABSTRAK | ix |
| KATA PENGANTAR..... | x |
| DAFTAR ISI | xii |
| DAFTAR TABLE | xvi |
| DAFTAR GAMBAR | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah Penelitian | 5 |
| 1.3. Batasan Masalah | 5 |
| 1.4. Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5. Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.6. Sistematika Penulisan | 9 |

BAB II KAJIAN PUSTAKA

| | |
|--|----|
| 2.1. Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.1.1. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Komputer Di Kaledia Yogyakarta..... | 11 |
| 2.1.2. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Pembelian Sepeda Motor Merek Honda (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia) | 13 |
| 2.2. Landasan Teori..... | 14 |
| 2.2.1. Pengertian Pemasaran..... | 14 |
| 2.2.2. Manajemen Pemasaran..... | 15 |
| 2.2.3. Konsep Pemasaran dan Orientasi Pemasaran..... | 16 |
| 2.2.4. Perilaku Konsumen..... | 19 |
| 2.2.4.1. Pengertian Perilaku Konsumen..... | 19 |
| 2.2.4.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... | 20 |
| 2.2.5. Tahap-Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian | 39 |
| 2.2.6. Pengertian Produk..... | 42 |
| 2.2.7. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Perilaku Konsumen | 43 |
| 2.3. Kerangka Hipotesis..... | 46 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|--|----|
| 3.1. Gambaran Umum Desa Pakembinangun..... | 47 |
| 3.1.1. Luas Wilayah..... | 47 |

| | |
|--|----|
| 3.1.2. Kependudukan..... | 48 |
| 3.2. Variable Penelitian..... | 50 |
| 3.3. Definisi Operasional Variable..... | 50 |
| 3.4. Metode Pengumpulan Data..... | 52 |
| 3.5. Metode Pengembalian Sampel..... | 53 |
| 3.6. Uji Instrumen Penelitian..... | 55 |
| 3.7. Metode Analisa Data..... | 56 |
| | |
| BAB IV. ANALISA DATA | |
| 4.1. Deskripsi Hasil Penelitian..... | 61 |
| 4.2. Uji Instrumen Penelitian..... | 61 |
| 4.2.1. Uji Validitas Instrumen..... | 62 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen..... | 63 |
| 4.3. Karakteristik Responden..... | 64 |
| 4.3.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 64 |
| 4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 64 |
| 4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 65 |
| 4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 66 |
| 4.3.5. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan .. | 67 |
| 4.4. Analisa Chi Square dan Koefisien Kontingensi Terhadap Penilaian Responden..... | 68 |
| 4.4.1. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Harga..... | 69 |
| 4.4.2. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Kemasan..... | 70 |
| 4.4.3. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Merek..... | 72 |

| | |
|---|-----|
| 4.4.4. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Kualitas | 74 |
| 4.4.5. Hubungan Usia Dengan Harga | 76 |
| 4.4.6. Hubungan Usia Dengan Kemasan | 78 |
| 4.4.7. Hubungan Usia Dengan Merek..... | 80 |
| 4.4.8. Hubungan Usia Dengan Kualitas..... | 82 |
| 4.4.9. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Harga | 85 |
| 4.4.10. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Kemasan..... | 87 |
| 4.4.11. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Merek..... | 90 |
| 4.4.12. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Kualitas..... | 92 |
| 4.4.13. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Harga | 94 |
| 4.4.14. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Kemasan..... | 96 |
| 4.4.15. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Merek | 98 |
| 4.4.16. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Kualitas | 101 |
| 4.4.17. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Harga | 104 |
| 4.4.18. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Kemasan..... | 106 |
| 4.4.19. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Merek | 108 |
| 4.4.20. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Kualitas | 111 |
| 4.4.21. Rangkuman Hubungan Variable Karakteristik Konsumen dan Variable Atribut Produk..... | 114 |

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

| | |
|------------------------|-----|
| 5.1. Kesimpulan..... | 115 |
| 5.2. Saran-Saran | 119 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| 4.2.1. Uji Validitas Instrumen..... | 62 |
| 4.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen | 63 |
| 4.3.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 64 |
| 4.3.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 64 |
| 4.3.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 65 |
| 4.3.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 66 |
| 4.3.6. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Penghasilan | 67 |
| 4.4.1. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Harga..... | 69 |
| 4.4.2. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Kemasan..... | 70 |
| 4.4.3. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Merek..... | 72 |
| 4.4.4. Hubungan Jenis Kelamin Dengan Kualitas | 74 |
| 4.4.5. Hubungan Usia Dengan Harga..... | 76 |
| 4.4.6. Hubungan Usia Dengan Kemasan | 78 |
| 4.4.7. Hubungan Usia Dengan Merek..... | 80 |
| 4.4.8. Hubungan Usia Dengan Kualitas..... | 82 |
| 4.4.9. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Harga | 85 |
| 4.4.10. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Kemasan | 87 |
| 4.4.11. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Merek..... | 90 |
| 4.4.12. Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Kualitas..... | 92 |
| 4.4.13. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Harga..... | 94 |
| 4.4.14. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Kemasan..... | 96 |

| | |
|---|-----|
| 4.4.15. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Merek | 98 |
| 4.4.16. Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Kualitas | 101 |
| 4.4.17. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Harga..... | 104 |
| 4.4.18. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Kemasan..... | 106 |
| 4.4.19. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Merek | 108 |
| 4.4.20. Hubungan Tingkat Penghasilan Dengan Kualitas | 111 |
| 4.4.21. Rangkuman Hubungan Variable Karakteristik Konsumen dan Variable Atribut Produk | 114 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| 2.2.3. Konsep Kepuasan Pelanggan | 18 |
| 2.2.4.2. Hirarki Kebutuhan Maslow | 34 |
| 2.2.5. Model Proses Pembelian Lima Tahun..... | 39 |
| 2.2.6. Langkah-langkah Antara Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembeli..... | 41 |
| 3.7. Daerah Penolakan dan Daerah Penerimaan Ho..... | 58 |