

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN UNTUK BERBELANJA  
DI HYPERMARKET MALANG TOWN SQUARE  
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi : Manajemen



Disusun Oleh :  
**ROMMY NOVIANDRI**  
00.22.0437

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
2006**

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ROMMY NOVIANDRI  
Nomor Pokok : 00.22.0437  
Universitas : Merdeka Malang  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN UNTUK BERBELANJA DI  
HYPERMARKET MALANG TOWN SQUARE (Studi  
Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka  
Malang)

Malang, Maret 2006

### DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi



(Dra. Erna Setijani, MM)

Pembimbing



(Dra. Diah Widiawati, MM)

Dekan Fakultas Ekonomi



(Dra. M. Sumtaky, MSi)

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN UNTUK BERBELANJA  
DI HYPERMARKET MALANG TOWN SQUARE  
(Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang)**

Dipersiapkan dan disusun oleh :  
**ROMMY NOVIANDRI**  
**00.22.0437**

**Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji  
Pada tanggal 02 Maret 2006**

**Susunan Dewan Penguji**

Ketua Penguji



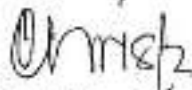
**Dra. Diah Widiawati, MM**

Sekretaris Penguji



**Dra. Ety Kusmiatie**

Anggota Penguji



**Dra. Christina SR, MM**

Skripsi ini Telah Ditenma Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Maret 2006  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Merdeka Malang



**Drs. MAXION SUMTAKY, MSi**



**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**  
**FAKULTAS EKONOMI**

**STATUS : " TERAKREDITASI "**

JURUSAN : Akuntansi, Manajemen, Ekonomi Pembangunan  
Kampus : Jl. Terusan Raya Dling 62-64 Malang Phone 568395 Psw 552 Fax. (0341)561448

**SURAT – KETERANGAN**

**Nomor: Ket- 1001/FE / UM /III / 2006**

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang menerangkan :

**N a m a** : ROMMY NOVIANDRI  
**Nomor Pokok** : 00.22.0437  
**Jurusan** : Manajemen  
**Alamat** : Jl. Puncak Malino No. 29 Tidar Malang

Bahwa yang bersangkutan telah selesai melaksanakan penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang pada **14 s/d 21 Februari 2006**, dengan topik **Analisis Perilaku Konsumen terhadap keputusan untuk berbelanja di Hypemarket Malang Town Square (studi kasus di FE UNMER Malang)**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat atas permintaan yang bersangkutan, untuk dipergunakan sebagai salah satu persyaratan penyusunan Skripsi

Malang, Maret 2006  
An. Dekan,  
Pembantu Dekan I,  
Ka. Bag. Tata Usaha

  
SISWANTO WIDJAYA P.MM

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : ROMMY NOVIANDRI

Nomor Pokok : 00.22.0437

Universitas : Merdeka Malang

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Tempat, Tanggal Lahir : Bondowoso, 29 November 1981

Alamat : Jl. Raya Situbondo RT 02 RW 01  
Cindogo – Bondowoso (68283)

Nama Orang Tua (Ayah) : (Alm) H. Fadjarnyoto  
(Ibu) : Hj. Beng Setyaningsih

Riwayat Pendidikan : 1. Lulus SDN 1 Cindogo – Bondowoso Tahun  
1994

2. Lulus SLTP Negeri 1 Tapen – Bondowoso  
Tahun 1997

3. Lulus SMAN 1 Tapen – Bondowoso Tahun  
2000

4. Terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas  
Merdeka Malang Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen Tahun 2000.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT penulis ucapkan atas segala rahmat, nikmat dan hidayah yang telah dilimpahkanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN UNTUK BERBELANJA DI HYPERMARKET MALANG TOWN SQUARE (Studi Kasus di Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang).”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana S1 pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.

Sehubungan dengan selesainya skripsi ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Maxion Sumtaky, MSi selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Drs. Gaguk Apriyanto, MSi selaku Ketua Program Akuntansi Universitas Merdeka Malang.
3. Dra. Diah Widiawati, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis dengan segala kesabaran dan perhatiannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan tepat waktu.
4. Bapakku (alm) H. Fadjarnyoto dan Ibuku tercinta Hj. Beng Setyaningsih yang selalu mendo'akanku, Kel. Bpk Cung Kusaeri

(terima kasih telah membiayaiku), Kakak-kakakku : Mas Herry, Mas Fen (maaf saya sering minta uang), Kakak iparku Mbak Ila, Mbak Fanny, keponakanku Shela, Dimas, Fitri, Aldin, dan Fikri, kalian jangan nakal ya. Dan seluruh Kel. Besar di Cindogo.

5. Sahabat-sahabat di Malino 29 Tomat n Iyee', Juwanda n Ernie Boy, Nanang DJ, Kadir Jay, Arief Cobain, Jhon Ony, Tomy, dan Vian. Dan sahabatku Wowok n Diah (Wok makasih tlah menemani aku Wisuda ..... haha...), Grandong Nesta n Nuke (Dong makasih mau nemenin aku lama2 di perpus.... hehe)..... kalian semua sahabatku yang tak pernah kulupakan..... dan tidak lupa buat PoBear (makasih atas dukungannya), Renee... (thanks supportnya), Taufan Sepupuku, kapan kawinnya??, Juga sepupuku Denny n Mamang, thanks ya...!! Agoes, Buruan nikah wieii..., Lia Ulil Bandung, Mbak Diah Rental, Pak Edi, n Teman-temanku Sugeng, Tejo, Donny, Ambon, Tomy Krebo, Anas (Kapan kita ngopi lagi...). Sahabat, teman, rekan, cinta, malam, pagi, kesalahan hidup, masa lalu, semua teman dan sahabat yang ga disebut satu per satu... Kalian semua semangat hidup dan karya ini.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat kami harapkan. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Malang, Maret 2006

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....	iii
HALAMAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	iv
HALAMAN DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II    LANDASAN TEORI.....	6
A. Pengertian Pemasaran .....	6
B. Bauran Pemasaran .....	6
C. Perilaku Konsumen.....	7



1. Pengertian Perilaku Konsumen .....	7
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	10
3. Tipe-tipe Perilaku Konsumen .....	15
D. Meneliti Proses Keputusan Membeli.....	17
E. Pengambilan Keputusan Dalam Membeli .....	20
F. Jasa .....	21
G. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	22
H. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel .....	24
B. Definisi Operasional Variabel.....	25
C. Ruang Lingkup Penelitian .....	27
D. Lokasi Penelitian.....	27
E. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel .....	28
F. Sumber Data.....	29
G. Teknik Pengumpulan Data.....	29
H. Instrumen Penelitian .....	30
I. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	31
J. Teknik Analisis Data .....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN .....	36
A. Hasil Penelitian .....	36

1. Deskripsi Responden .....	36
2. Deskripsi Variabel Penelitian .....	38
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	39
1. Pengujian Instrumen Penelitian .....	49
2. Analisis Regresi Berganda .....	52
3. Uji F .....	54
4. Uji t .....	55
5. Implikasi Hasil Penelitian .....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin .....	36
2. Karakteristik Responden Menurut Usia .....	37
3. Karakteristik Responden Menurut Jurusan.....	38
4. Distribusi Frekuensi Variabel Kelas Sosial ( $X_1$ ) .....	39
5. Distribusi Frekuensi Variabel Keluarga ( $X_2$ ).....	41
6. Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup ( $X_3$ ).....	43
7. Distribusi Frekuensi Variabel Motivasi ( $X_4$ ).....	45
8. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	47
9. Ringkasan Hasil Test Validitas Kuisisioner .....	50
10. Nilai <i>Alpha Cronbach</i> Masing-masing Variabel.....	51
11. Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
12. Perbandingan $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$ .....	56

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Model Perilaku Konsumen.....	9
2. Faktor-faktor Intern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	10
3. Proses Keputusan Pembelian .....	19

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuisisioner
2. Tabulasi Data Hasil Penelitian
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas
5. Frequency Table
6. Analisis Regresi Berganda

## ABSTRAKSI

Berdirinya hypermarket ini disebabkan karena adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif, dan adanya perubahan cara pandang konsumen. Di Indonesia selain karena perubahan perilaku konsumen, ketatnya persaingan di bisnis usaha hypermarket juga disebabkan oleh semakin banyaknya bisnis swalayan yang berasal dari luar negeri seperti sogo dan makro yang memasuki pasar domestik. Pada dasarnya perusahaan yang bergerak di bidang hypermarket yang menjual barang-barang konsumsi tidak terlepas dari faktor keandalan, responsif, keyakinan, berwujud, dan empati. Tidak hanya menjual produk tetapi menyangkut pula pelayanan, harga, situasi dan kondisi fisik serta komunikasi yang dibentuk oleh hypermarket terhadap konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kelas sosial, keluarga, gaya hidup dan motivasi mempengaruhi keputusan untuk berbelanja di Hypermarket Malang Town Square dan untuk mengetahui variabel perilaku konsumen yang terdiri dari kelas sosial, keluarga, gaya hidup dan motivasi yang berpengaruh dominan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di Hypermarket Malang Town Square. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda, uji F dan uji t.

Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa variabel kelas sosial, keluarga, gaya hidup dan motivasi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan untuk berbelanja di Hypermarket Malang Town Square. Hasil uji t menunjukkan bahwa kelas sosial, gaya hidup dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel keluarga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel motivasi. Motivasi dapat dirangsang melalui pelayanan yang diberikan, harga yang sesuai dan kebutuhan dan keinginan yang berasal dari lingkungan. Motif adalah suatu keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.