

SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
BERBELANJA DI MINIMARKET A DAN
MINIMARKET B KOTA SURABAYA**



Oleh:

DWI ARSWENDI

5303015034

JURUSAN TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2019

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERBELANJA DI MINIMARKET A DAN MINIMARKET B KOTA SURABAYA” ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya kecuali dinyatakan dalam teks. Seandainya diketahui bahwa laporan skripsi ini ternyata merupakan hasil karya orang lain, maka saya menerima konsekuensi bahwa laporan skripsi ini tidak dapat saya gunakan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik.

Surabaya, 1 Juli 2019

Mahasiswa/i yang bersangkutan



Dwi Arswendi

NRP. 5303015034

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERBELANJA DI MINIMARKET A DAN MINIMARKET B KOTA SURABAYA”** yang disusun oleh mahasiswa:

Nama : Dwi Arswendi

NRP : 5303015034

Tanggal Ujian : 1 Juli 2019

Dinyatakan telah memenuhi sebagian persyaratan kurikulum Jurusan Teknik Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 1 Juli 2019

Ketua Dewan Penguji


Ir. Hadi Santosa, M.M., IPM

NIK. 531.98.0343

Dekan Fakultas Teknik


Ir. Suryadi Ismadji, M.T., Ph.D., IPM
NIK. 521.93.0198

Ketua Jurusan Teknik Industri


Ir. Joko Mulyono, M.P., M.T., IPM
NIK. 531.98.0325

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERBELANJA DI
MINIMARKET A DAN MINIMARKET B KOTA SURABAYA”** yang
disusun oleh mahasiswa:

Nama : Dwi Arswendi

NRP : 5303015034

Tanggal Ujian : 1 Juli 2019

Dinyatakan telah memenuhi sebagai persyaratan kurikulum Jurusan Teknik
Industri guna memperoleh gelar Sarjana Teknik bidang Teknik Industri.

Surabaya, 1 Juli 2019

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM

Martinus Edy Sianto, S.T., M.T., IPM

NIK. 531.97.0299

NIK. 531.98.0305

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya :

Nama : Dwi Arswendi

NRP : 5303015034

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya dengan judul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN BERBELANJA DI MINIMARKET A DAN MINIMARKET B KOTA SURABAYA”** untuk dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Juli 2019

Yang Menyatakan,



Dwi Arswendi

NRP. 5303015034

PERNYATAAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Dwi Arswendi
Nomor Pokok : 5303015034
Jurusan : Teknik Industri
Alamat Tetap/Asal : Jl. Menganti Lidah Wetan VI/32A, Surabaya
No. Telepon : 081357314445, 085655398327
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Berbelanja di Minimarket A dan
Minimarket B Kota Surabaya
Tanggal Ujian (Iulus) : 1 Juli 2019
Nama Pembimbing I : Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM.
Nama Pembimbing II : Martinus Edy Sianto, S.T., M.T., IPM.

Menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil suatu plagiat. Apabila suatu saat dalam skripsi saya tersebut ditemukan hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi akademis terhadap karir saya, seperti pembatalan gelar dari fakultas, dll.
2. Skripsi saya boleh digandakan dalam bentuk apapun oleh pihak Fakultas Teknik Unika Widya Mandala Surabaya sesuai dengan kebutuhan, demi untuk pengembangan ilmu pengetahuan selama penulisan pengarang tetap dicantumkan.
3. Saya telah mengumpulkan laporan skripsi saya tersebut (pada jurusan dan fakultas) dalam bentuk buku maupun data elektronik/cd tersebut, saya bersedia memperbaikinya sampai dengan tuntas.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya, tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Mengetahui/Menyetujui

Surabaya, 1 Juli 2019

Pembimbing I

Yang membuat pernyataan



Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM

Dwi Arswendi

NIK. 531.97.0299

NRP.5303015034

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berbelanja di Minimarket A dan Minimarket B Kota Surabaya” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Maksud dari skripsi ini adalah memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi di Jurusan Teknik Industri. Tujuan utama skripsi adalah memberi wawasan kepada mahasiswa mengenai dunia industri serta mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama di perkuliahan secara nyata. Dalam skripsi ini penulis banyak memperoleh manfaat berupa pengalaman baru yang tidak penulis dapatkan selama di perkuliahan.

Penyusunan laporan ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak terkait, baik dari orang sekitar maupun dari Universitas. Melalui kesempatan ini kami selaku mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, jalan, dan mukjizat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan sebaik-baiknya.
2. Kedua orang tua, baik untuk Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan inspiratif selama penyelesaian skripsi.
3. Hendryta Destria Permatasari yang telah menemani, membantu, memberi semangat, perhatian, dan tempat berbagi keluh kesah selama penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Ir. Suryadi Ismadji, M.T., Ph.D, IPM selaku Dekan Fakultas Teknik yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan skripsi.

5. Bapak Ig. Jaka Mulyana, S.T., M.T., IPM., selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberi ijin untuk melaksanakan skripsi.
6. Bapak Julius Mulyono, S.T., M.T., IPM selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak Martinus Edy Sianto, S.T., M.T., IPM selaku Dosen Pembimbing Kedua meluangkan waktu, membimbing, dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi.
8. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Teknik Industri serta Staff Tata Usaha Fakultas Teknik yang telah memberi informasi dan dukungan.
9. Teman-teman dari Teknik Industri 2015 yaitu Bella Windi K., Felix Alexander, Theresa Paskalia A., Christoforus Angelus Wijaya dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang sudah membantu dan mendukung di kala mengerjakan sampai menyelesaikan skripsi.

Penulis berharap skripsi ini bisa menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang lebih baik. penulis masih menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Mohon maaf apabila terjadi kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan memberi wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 1 Juli 2019

Hormat kami,

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN SKRIPSI	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Batasan Masalah.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II : LANDASAN TEORI	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Berbelanja.....	7
2.3 Pola Berbelanja	7
2.4 Pemasaran.....	8
2.5 Konsep Pemasaran	8
2.6 Pelayanan.....	10
2.7 Bauran Pemasaran	12

2.8	Perilaku Konsumen	13
2.9	Aspek Perilaku Konsumen.....	13
2.10	Keputusan Pembelian	14
2.10.1	Perilaku Pembelian	15
2.10.2	Peran Pembelian	17
2.10.3	Tahap-tahap Keputusan Pembelian.....	18
2.11	Teknik Sampling	20
2.12	Uji Validitas	22
2.13	Uji Reliabilitas	23
2.14	Populasi dan Sampel.....	23
2.14.1	Populasi.....	23
2.14.2	Sampel	24
2.15	Skala Likert.....	25
2.16	Analisis Faktor	25
2.17	Analisis <i>Cluster</i>	27
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN		31
3.1	Langkah-langkah Metodologi Penelitian	31
3.1.1	Studi Pustaka.....	32
3.1.2	Perencanaan Penelitian	33
3.1.3	Penyusunan Pra-Kuesioner	33
3.1.4	Penyebaran Pra-Kuesioner	34
3.1.5	Uji Validitas dan Reliabilitas Pra-Kuesioner	34
3.1.6	Penyebaran Kuesioner	35
3.1.7	Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	35
3.1.8	Pengolahan Data Kuesioner	35
3.1.8.1	Analisis Faktor	35
3.1.8.2	Analisis <i>Cluster</i>	36

3.1.9 Analisis Data.....	36
3.1.10 Kesimpulan dan Saran	36
BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	37
4.1 Pengumpulan Data	37
4.2 Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	38
4.2.1 Validitas Kuesioner	38
4.2.2 Reliabilitas Kuesioner.....	39
4.3 Profil Responden Kuesioner	40
4.3.1 Jenis Kelamin.....	40
4.3.2 Usia	40
4.3.3 Pekerjaan	41
4.3.4 Pendapatan per Bulan	42
4.3.5 Daerah Tempat Tinggal	42
4.3.6 Frekuensi Kunjungan ke Minimarket per Minggu.....	43
4.3.7 Rata-rata Pengeluaran Belanja per Kunjungan.....	43
4.3.8 Kebutuhan Rutin Belanja di Minimarket	44
4.3.9 Minimarket yang Lebih Sering Dikunjungi	45
4.4 Bagian B (Skala Ranking Alasan Berbelanja).....	46
4.4.1 Skala Ranking Konsumen Minimarket A	46
4.4.2 Skala Ranking Konsumen Minimarket B.....	48
BAB V: ANALISA DATA.....	51
5.1 Analisa Faktor	51
5.1.1 Uji Kelayakan Variabel Faktor Minimarket A.....	51
5.1.2 Uji <i>Variance Explained</i> Faktor Minimarket A.....	52
5.1.3 Proses Pembentukan Faktor Minimarket A.....	53
5.1.4 Uji Kelayakan Variabel Faktor Minimarket B	55
5.1.5 Uji <i>Variance Explained</i> Faktor Minimarket B	56

5.1.6	Proses Pembentukan Faktor Minimarket B.....	57
5.2	Analisa Cluster	59
5.2.1	Hasil Akhir Cluster.....	59
5.2.2	Hasil Crosstab	60
5.3	Analisa Skala Ranking Alasan Berbelanja.....	64
BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN		67
6.1	Kesimpulan	67
6.2	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN		72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perilaku Pembelian	15
Tabel 2.2 Jumlah Sampel dalam Studi Riset Pemasaran	24
Tabel 3.1 Tabel Identifikasi Faktor Kuesioner.....	34
Tabel 4.1 Tabel Hasil Uji Validitas.....	38
Tabel 4.2 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4.3 Frekuensi Pilihan Tiap Ranking Minimarket A	46
Tabel 4.4 Skor Tiap Pilihan untuk Minimarket A	47
Tabel 4.5 Ranking Alasan Berbelanja di Minimarket A.....	48
Tabel 4.6 Frekuensi Pilihan Tiap Ranking Minimarket B	48
Tabel 4.7 Skor Tiap Pilihan untuk Minimarket B	49
Tabel 4.8 Ranking Alasan Berbelanja di Minimarket B	50
Tabel 5.1 Uji KMO dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Minimarket A	52
Tabel 5.2 Hasil Akhir Faktor untuk Minimarket A	53
Tabel 5.3 Uji KMO dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Minimarket B	56
Tabel 5.4 Hasil Akhir Faktor untuk Minimarket B	57
Tabel 5.5 Hasil Akhir Analisa Cluster.....	59
Tabel 5.6 Rekap Uji <i>Chi-Square</i> Variabel Profil Responden	60
Tabel 5.7 Rekap Hasil <i>Crosstab</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-tahap Keputusan Pembelian	18
Gambar 3.1 Flowchart Langkah-langkah Penelitian	31
Gambar 4.1 Pie Chart Jenis Kelamin.....	40
Gambar 4.2 Pie Chart Usia	40
Gambar 4.3 Pie Chart Pekerjaan	41
Gambar 4.4 Pie Chart Pendapatan	42
Gambar 4.5 Pie Chart Daerah Tempat Tinggal.....	42
Gambar 4.6 Pie Chart Frekuensi Kunjungan ke Minimarket	43
Gambar 4.7 Pie Chart Pengeluaran Belanja.....	43
Gambar 4.8 Pie Chart Kebutuhan Rutin Berbelanja.....	44
Gambar 4.9 Pie Chart Minimarket Lebih Sering Dikunjungi	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabel <i>R Product Moment</i>	72
Lampiran 2. Uji Validitas Faktor-Faktor Minimarket A dan B	73
Lampiran 3. Uji Reliabilitas Faktor Minimarket A dan B	83
Lampiran 4. Skor Skala Ranking Minimarket A.....	85
Lampiran 5 Skor Skala Ranking Minimarket B	86
Lampiran 6. Tabel <i>Anti Image Correlation</i> variabel Minimarket A.	87
Lampiran 7. Total <i>Variance Explained</i> untuk Minimarket A	88
Lampiran 8. <i>Rotated Component Matrix^a</i> untuk Minimarket A.....	89
Lampiran 9. Tabel <i>Anti Image Correlation</i> variabel Minimarket B.	90
Lampiran 10.Total <i>Variance Explained</i> untuk Minimarket B.....	91
Lampiran 11. <i>Rotated Component Matrix^a</i> untuk Minimarket B	92
Lampiran 12. Tabel <i>Cluster Membership</i>	93
Lampiran 13. <i>Dendogram Cluster</i>	102
Lampiran 14. Hasil Uji Chi Square Variabel Profil Responden.....	103
Lampiran 15. Tabel Crosstab Usia	105
Lampiran 16. Tabel Crosstab Pekerjaan	106
Lampiran 17. Tabel Crosstab Pendapatan.....	107
Lampiran 18. Tabel Crosstab Daerah Tempat Tinggal	108
Lampiran 19. Tabel Crosstab Frekuensi ke Minimarket.....	109
Lampiran 20. Tabel Crosstab Rata-Rata Pengeluaran	110
Lampiran 21. Kuesioner Penelitian	111

ABSTRAK

Banyaknya keinginan dan kebutuhan masyarakat membuat usaha *retail* sangat dibutuhkan. Salah satu contoh *retail* adalah seperti minimarket A dan minimarket B. Strategi bisnis yang tidak jauh berbeda, kedua minimarket bersaing sengit dalam menarik minat konsumen. Beberapa faktor mempengaruhi keputusan konsumen berbelanja yaitu pelayanan dan bauran pemasaran yang terbagi 4P (produk, harga, promosi, dan lokasi). Dengan analisis faktor khususnya konfirmatory, kelima faktor yaitu pelayanan, produk, harga, promosi, dan lokasi pada minimarket A ataupun B berpengaruh terhadap keputusan seseorang berbelanja. Faktor minimarket A yang paling signifikan adalah faktor pelayanan, sedangkan pada faktor minimarket B yang paling signifikan adalah faktor harga. Hasil analisis cluster menunjukkan cluster 1 sebagai golongan pegawai/karyawan swasta yang berpenghasilan tinggi dengan tingkat belanja tinggi, cluster 2 sebagai golongan pelajar/mahasiswa yang belum berpenghasilan dengan tingkat belanja sedang, cluster 3 sebagai golongan wirasusaha/wiraswasta yang penghasilan cukup tinggi dengan tingkat belanja sedang. Alasan utama berbelanja di minimarket A dan minimarket B adalah sama-sama karena lokasi mudah untuk diakses. Namun alasan yang membedakan berbelanja di minimarket A dan minimarket B adalah terletak pada urutan ke 3 dan 5 yaitu pada alasan produk lengkap dan harga lebih murah.

Kata Kunci: Pelayanan, Bauran Pemasaran, Analisis Faktor, Analisis Cluster.