

SKRIPSI

SHIRLEY ANGGREINI

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPER TRAVEL TIME
BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK
DI UD. SUMBER BARU



No. INDUK	0801/01
TGL TERIMA	13.4.00
FE-1 (11)	
NO. EUKU	FE-07 Ang a-1
KCP. KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2000

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPER TRAVEL TIME

BERDASARKAN ATRIBUT PRODUK

DI UD. SUMBER BARU

SKRIPSI

**diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Bidang Studi Manajemen**

OLEH:

SHIRLEY ANGGREINI

3103096077

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

FEBRUARI 2000

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Analisis Keputusan Pembelian Koper Travel Time Berdasarkan Atribut Produk di UD. Sumber Baru yang ditulis oleh Shirley Anggreini telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.

Pembimbing I :



(Drs. Ec. F.X. Suyono)

Pembimbing II :



(Dra. Ec. Lidya Ari, MM)

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Shirley Anggreini NRP: 3103096077

Telah disetujui pada tanggal: Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:

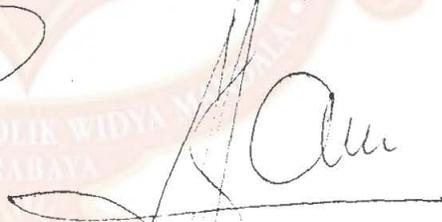


(Drs. Ec. Trisno Musanto)

Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



(Drs. Ec. Rido Tanago, MBA)

(Dra. Ec. Widya Utami, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena hanya rahmat dan kasihNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini

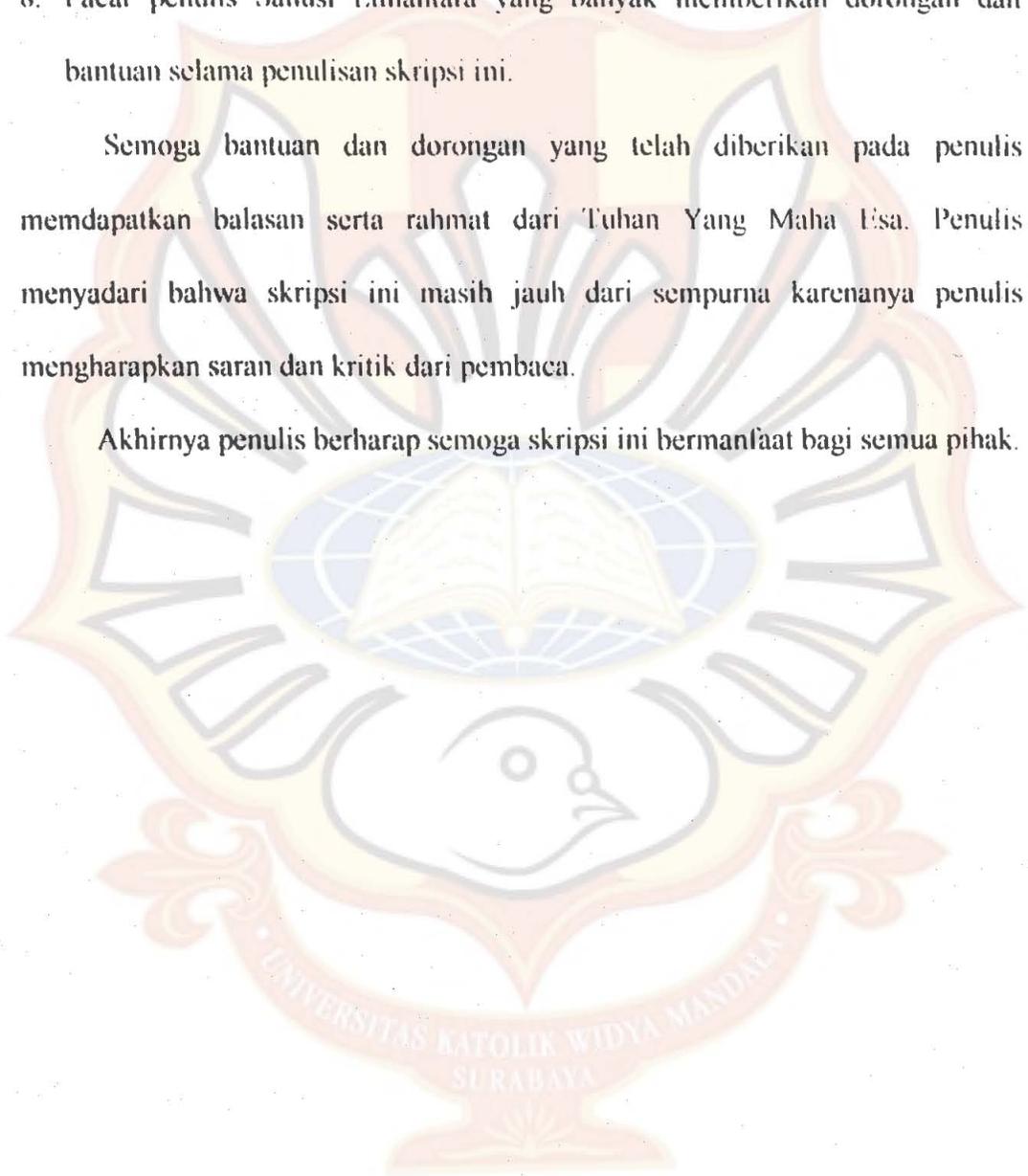
Tanpa mengurangi arti penyertaannya, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, tidak mungkin penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu tepat dan selayaknya bila pada kesempatan ini penulis ungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ec. F. X. Suyono selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ec. Lidya Ari, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktunya dan dengan penuh kesabaran membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Ec. Rido Tanago, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Ec. Christina Widya Utami, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
5. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala yang telah membimbing dan membantu penulis selama masa studi.
6. Pimpinan perusahaan Center serta pimpinan dan karyawan UD. Sumber Baru yang banyak membantu penulis selama melakukan survey.

7. Orang tua dan sahabat terdekat penulis yang tercinta, yang banyak memberikan dorongan dan bantuan baik materiil maupun spirituil selama penulisan skripsi ini.
8. Pacar penulis Sanusi Limantara yang banyak memberikan dorongan dan bantuan selama penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dan dorongan yang telah diberikan pada penulis mendapatkan balasan serta rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karenanya penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR LAMPIRAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
BAB 1: PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Sistematika Skripsi.....	5
BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	6
2.1. Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori.....	6
a. Pengertian Pemasaran.....	6
b. Produk.....	8
c. Perilaku Konsumen.....	12
d. Proses Keputusan Pembelian.....	22
e. Macam-Macam Situasi Pembelian.....	27

2.3. Hipotesis.....	28
BAB 3: METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Desain Penelitian.....	29
3.2. Definisi Operasional.....	29
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	30
3.4. Pengukuran data.....	31
3.5. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	31
3.6. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	31
3.7. Teknik Pengambilan Data.....	32
3.8. Teknik Analisis Data.....	32
3.9. Prosedur Pengujian Hipotesis.....	33
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	35
4.2. Deskripsi Data.....	36
4.3. Analisis Data dan Pembahasan	44
BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN.....	60
5.1. Simpulan.....	60
5.2. Saran.....	62
DAFTAR KEPUSTAKAAN.....	64
DAFTAR LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

No.	Halaman
3.1 Tabel pengelompokan individu dari K sampel	32
4.1. Tabel karakteristik konsumen	37
4.2. Tabel keputusan pembelian antara pria dan wanita terhadap koper Travel Time berdasarkan atribut produk.....	45
4.3. Tabel keputusan pembelian antara golongan usia yang berbeda terhadap koper Travel Time berdasarkan atribut produk	48
4.4. Tabel keputusan pembelian antara kelompok pekerjaan yang berbeda terhadap koper Travel Time berdasarkan atribut produk	52
4.5 Tabel keputusan pembelian antara kelompok pendapatan yang berbeda terhadap koper Travel Time berdasarkan atribut produk	56

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
2.1. Gambar tiga peringkat produk.....	9
2.2. Gambar model tingkah laku pembeli.....	12
2.3. Gambar proses keputusan membeli.....	13
2.4. Gambar sifat-sifat yang mempengaruhi tingkah laku pembeli.....	13
2.5. Gambar hirarki kebutuhan Maslow.....	19
2.6. Gambar perangkat-perangkat urutan yang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen.....	23
2.7. Gambar faktor-faktor pencegah hasrat pembelian menjadi keputusan pembelian.....	25

DAFTAR LAMPIRAN

No

1. Kuesioner
2. Jawaban responden
3. Prosentase faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam keputusan pembelian koper Travel Time.
4. Prosentase kebutuhan seseorang dalam membeli koper.
5. Prosentase karakteristik harga koper Travel Time yang diinginkan.
6. Prosentase karakteristik bentuk koper Travel Time yang diinginkan.
7. Prosentase karakteristik kualitas koper Travel Time yang diinginkan.
8. Prosentase karakteristik ukuran koper Travel Time yang diinginkan.
9. Prosentase karakteristik warna koper Travel Time yang diinginkan.
10. Prosentase karakteristik aksesoris koper Travel Time yang diinginkan.
11. Hasil uji Chi-Square berdasarkan jenis kelamin dari segi atributnya.
12. Hasil uji Chi-Square berdasarkan usia dari segi atributnya.
13. Hasil uji Chi-Square berdasarkan pekerjaan dari segi atributnya.
14. Hasil uji Chi-Square berdasarkan pendapatan dari segi atributnya.
15. Tabel X^2

ABSTRAKSI

Berkembangnya dunia usaha saat ini mendorong para produsen untuk dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Untuk itu perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam keputusan pembeliannya. Seringkali atribut-atribut suatu produk mempengaruhi keputusan pembelian seseorang seperti atribut-atribut yang melekat pada koper Travel Time yaitu harga yang sesuai, bentuk yang bagus, kualitas yang tinggi, ukuran yang lengkap, warna menarik yang beraneka-ragam dan aksesoris yang lengkap.

Oleh karena itu penulis ingin mengetahui apakah atribut-atribut tersebut yang mempengaruhi mereka dalam membeli koper Travel Time dengan membedakan konsumennya berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Selain itu peneliti ingin mengetahui kebutuhan seseorang dalam membeli koper, yang mempengaruhi seseorang membeli koper Travel Time, tingkat perhatian terhadap atribut koper yang pertama sampai terakhir diperhatikan serta karakteristik koper Travel Time yang diinginkan.

Setelah melakukan penelitian diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat perbedaan proporsi yang signifikan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga, warna dan aksesoris.
2. Berdasarkan usia, terdapat perbedaan proporsi yang signifikan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga dan bentuk.
3. Berdasarkan pekerjaan, terdapat perbedaan proporsi yang signifikan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga, bentuk, warna dan aksesoris.
4. Berdasarkan pendapatan, terdapat perbedaan proporsi yang signifikan mengenai alasan seseorang dalam memutuskan membeli koper Travel Time dari segi harga.
5. Yang menjadi kebutuhan seseorang dalam membeli koper adalah kebutuhan rekreasi
6. Atribut yang diperhatikan sebelum membeli koper untuk kebutuhan rekreasi adalah ukuran, kualitas, harga, aksesoris, bentuk dan warna
7. Tidak ada yang mempengaruhi seseorang dalam membeli koper Travel Time artinya atas dasar keinginan sendiri
8. Karakteristik koper Travel Time yang diinginkan adalah harga yang biasa-biasa saja, bentuk yang cukup bagus, kualitas tinggi, jenis ukuran yang sedang, warna yang netral, dan aksesoris yang biasa-biasa saja