



ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMBELI ROTI PADA  
PERUSAHAAN ROTI SANITAS SEMARANG



SKRIPSI

Diajukan sebagai Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata  
Semarang



Oleh :

Nama : ERSOON MAYEN PONGTULURAN  
NIM : 95.30.2338  
JURUSAN : MANAJEMEN

	<b>PERPUSTAKAAN</b>		No. INV.	1604 / S / E / c - 1
			Th. Angg.	Cat :
	PARAP.		TGL. 22.05.03	

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2002

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : ERSOON MAYEN PONGTULURAN

NIM : 95.30.2338

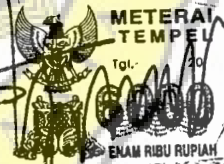
Jurusan : MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMBELI ROTI PADA PERUSAHAAN ROTI  
SANTAS SEMARANG

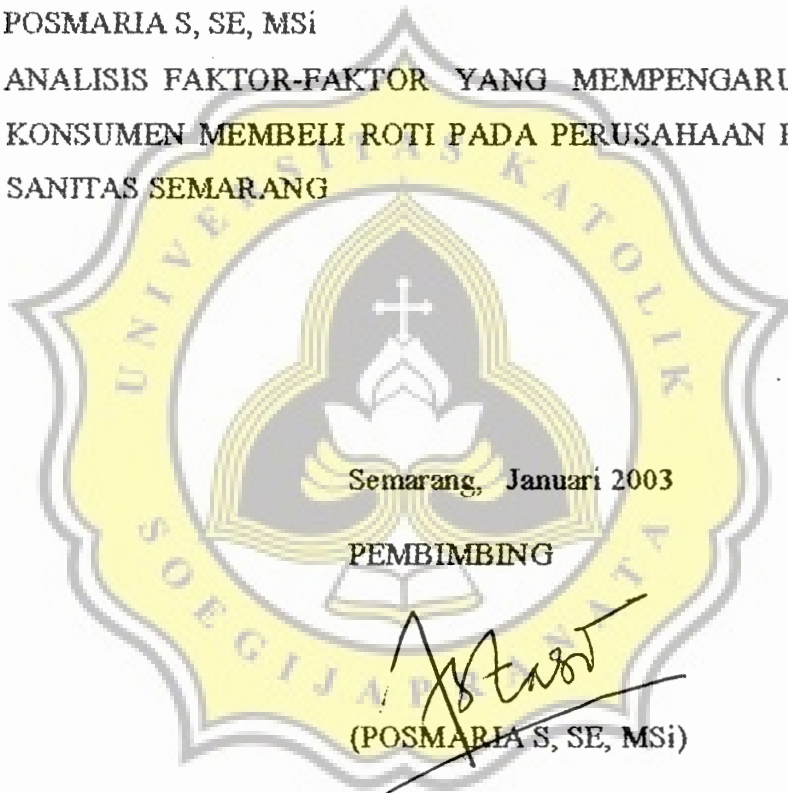
Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan/atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan yang lain. Saya bersedia untuk menerima sanksi dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, Januari 2003

  
( Ersoon Mayen Pongtuluran )

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : ERSOON MAYEN PONGTULURAN  
NIM : 95.30.2338  
Jurusan : MANAJEMEN  
Fakultas : Ekonomi  
Dosen Pembimbing : POSMARIA S, SE, MSi  
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMBELI ROTI PADA PERUSAHAAN ROTI  
SANITAS SEMARANG



## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN MEMBELI ROTI PADA PERUSAHAAN ROTI  
SANITAS SEMARANG

Disusun Oleh :

N a m a : ERSOON MAYEN PONGTULURAN

NIM : 95.30.2338

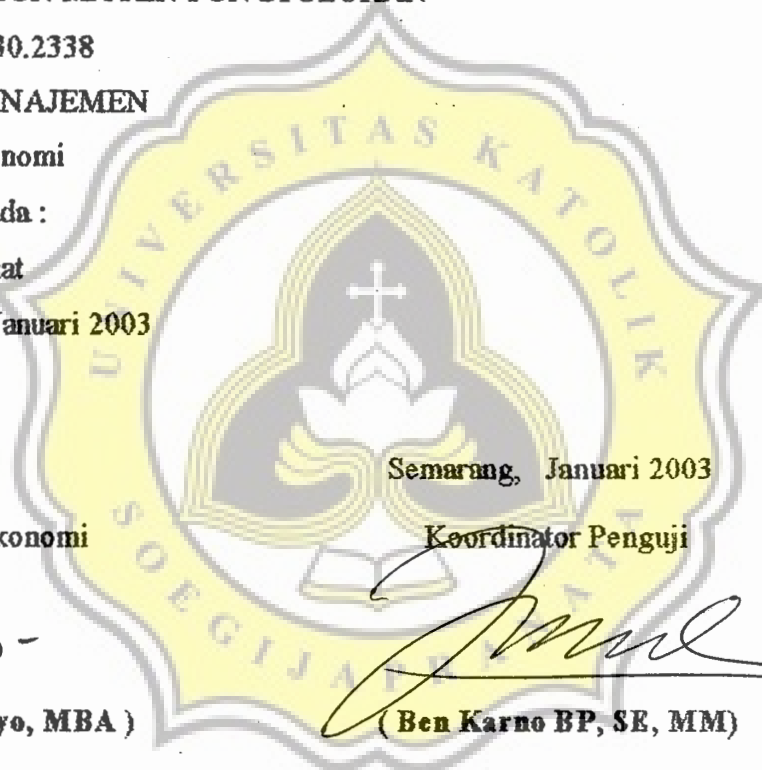
Jurusan : MANAJEMEN

Fakultas : Ekonomi

Telah disetujui dan diuji pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 17 Januari 2003



Semarang, Januari 2003

Pjs. Dekan Fakultas Ekonomi

Koordinator Penguji

( Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA )

( Ben Karno BP, SE, MM )

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### **Motto**

- Replace Worry With Prayer and Anxiety With Faith



### **Kupersembahkan pada :**

- Papa, Mama, Kakak dan Adik Saya Tercinta
- Tutik yang telah Tuhan berikan untuk Aku

## ABSTRAKSI

Setiap konsumen mempunyai faktor tertentu dalam mengkonsumsi roti, alasan tersebut hendaknya diketahui perusahaan roti, sehingga perusahaan roti dapat memenuhi keinginan konsumen. Produk roti yang dihasilkan perusahaan roti hendaknya dapat memenuhi kebutuhan sekaligus terjangkau oleh kemampuan konsumen. Perusahaan roti yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, berarti tujuan perusahaan akan tercapai. Eksistensi perusahaan roti sangat ditentukan oleh seberapa besar kegiatan pemasaran yang dilakukan. Permintaan konsumen terhadap suatu barang mengandung arti kesediaan membeli dengan daya beli tertentu. Oleh karena itu perilaku konsumen sebagai ungkapan permintaan yang mengarah pada kesukaan akan barang tersebut yang dipengaruhi oleh faktor dalam diri manusia itu sendiri, untuk kemudian dikaitkan dengan proses keputusan membeli.

Tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kelompok faktor manakah yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli roti sanitas.
2. Untuk mengetahui faktor kelompok faktor manakah yang paling kuat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Roti Sanitas terhadap keseluruhan faktor dilihat dari sumbangan faktornya

Dalam penelitian ini, peneliti memilih perusahaan roti Sanitas yang berlokasi di jalan M.T. Haryono no. 543 dan 545 Semarang. Dalam penelitian ini tidak seluruh populasi yang diambil, melainkan hanya sebagian dari populasi yang diambil. Mengingat populasi tidak diketahui maka peneliti menentukan sejumlah tertentu sampel yaitu sebesar 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu individu-individu kebetulan dijumpai pada saat penelitian (Sutrisno Hadi, 1990:80). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Faktor.



Dari hasil penelitian dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis faktor, diperoleh kelompok faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan membeli Roti Sanitas
  - a. Kelompok Faktor 1 : image merk dan kemudahan mendapatkan memiliki varians faktor sebesar 15,4% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 15,4% ditentukan oleh faktor V2: Pembungkus, dan V7 : Kemudahan untuk mendapatkan
  - b. Kelompok Faktor 2 : harga memiliki varians faktor sebesar 11,1% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 11,1% ditentukan oleh faktor V1 : Rasa, V9 : Harga terjangkau dan V10 : Kesesuaian harga
  - c. Kelompok Faktor 3 : Promosi memiliki varians faktor sebesar 10,2% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 10,2% ditentukan oleh faktor V5 : Media promosi yang digunakan dan V12 : Frekuensi pembelian
  - d. Kelompok Faktor 4 : Produk memiliki varians faktor sebesar 9,2% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 9,2% ditentukan oleh faktor V3 : Kualitas dan V8 : Kepadatan isi
  - e. Kelompok Faktor 5 : layanan memiliki varians faktor sebesar 8,6% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 8,6% ditentukan oleh faktor V4: Pelayanan.
  - f. Kelompok Faktor 6: potongan harga dan pengaruh keluarga memiliki varians faktor sebesar 8,1% artinya bahwa keputusan membeli roti sanitas sebesar 8,1% ditentukan oleh faktor V6 : Pemberian potongan harga dan V11 : Anggota keluarga ikut mempengaruhi
2. Faktor yang paling kuat mempengaruhi keputusan pembelian roti Sanitas adalah kelompok faktor image merk dan kemudahan mendapatkan terdiri V2: Pembungkus, V7 : Kemudahan untuk mendapatkan dan V12 : Kesetiaan terhadap merek. Sumbangan faktornya adalah 15,4%.

## KATA PENGANTAR

Setelah melalui beberapa tahap penelitian dan penyusunan, maka pada kesempatan ini penulis berhasil menyelesaikan seluruh bab-bab yang terdapat dalam skripsi yang diberi judul "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI ROTI PADA PERUSAHAAN ROTI SANITAS SEMARANG".

Skripsi ini memuat faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan membeli roti Sanitas Semarang

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan Program Studi Strata I (S-1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penelitian ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, baik itu berupa dorongan, nasehat, kritik, dan saran. Maka pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati serta penghargaan yang tulus peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bp. Drs. R. Bowo harcahyo, MBA, sebagai Pjs Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Posmaria S, SE, MSi, sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing peneliti.
3. Pimpinan dan Staff perusahaan roti Sanitas yang telah memberikan ijin dan membantu kepada penulis untuk mengadakan penelitian



4. Papa, Mama, Kakak dan Adik Saya Tercinta yang mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Tutik dan keluarga saya di Juana yang banyak memberikan semangat baru dalam hidupku.
6. Pihak-pihak lain yang tidak sempat peneliti sebutkan yang membantu dan memberikan petunjuk serta saran-saran dalam menyusun skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas budi baik yang telah memberikan bantuan, petunjuk serta bimbingan kepada peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, Nopember 2002

Peneliti

Erson Mayen Pongtuluran

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	4
1.3. Pembatasan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
BAB II     LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Pengertian Pemasaran .....	7
2.2. Orientasi pemasaran .....	7
2.3. Kegiatan Pemasaran .....	8
2.4. Produk .....	9 ✓
2.5. Promosi .....	13 ✓
2.6. Pelayanan .....	17 ✓
2.7. Harga .....	21 ✓

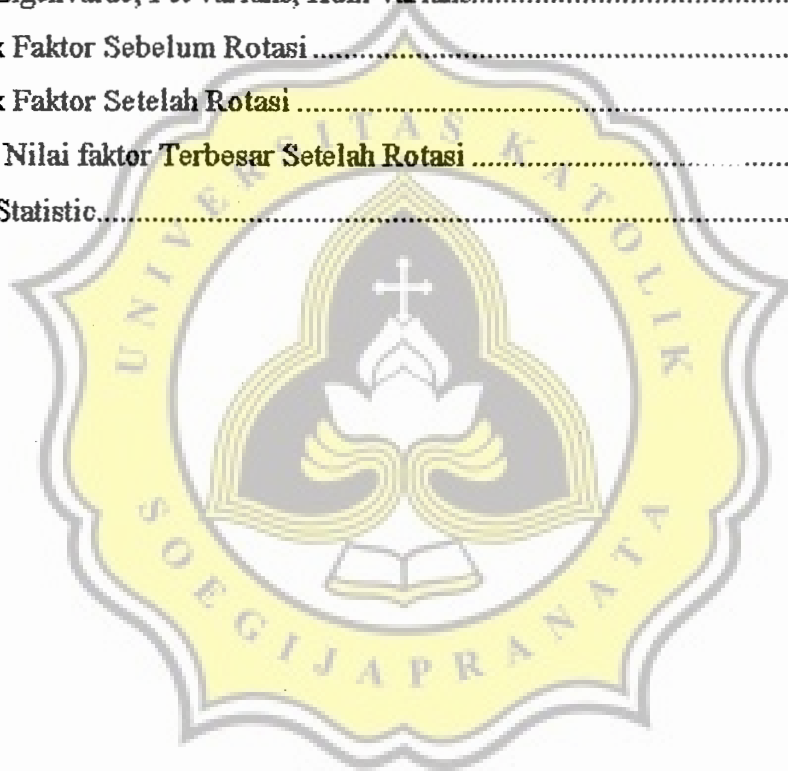
	2.8. Perilaku Konsumen.....	24
	2.9. Pembelian .....	29
	2.10. Kerangka Pemikiran .....	35
	2.11. Definisi Operasional.....	35
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>38</b>
	3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	38
	3.2. Populasi dan sampel.....	38
	3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	39
	3.4. Metode Pengukuran Data.....	40
	3.5. Metode Analisis data.....	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
	4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
	4.2. Analisis Data .....	54
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>62</b>
	5.1 Kesimpulan .....	62
	5.2. Saran.....	63

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Pertimbangan Konsumen Dalam Pembelian Roti Sanitas .....	3
Tabel 3.1. Hasil Perhitungan Validitas Indikator .....	42
Tabel 4.1. Usia responden .....	54
Tabel 4.2. Pekerjaan responden.....	55
Tabel 4.3. Nilai Eigenvalue, Pct varians, Kum varians.....	56
Tabel 4.4. Matrik Faktor Sebelum Rotasi .....	56
Tabel 4.5. Matrik Faktor Setelah Rotasi .....	58
Tabel 4.6. Bobot Nilai faktor Terbesar Setelah Rotasi .....	59
Tabel 4.7. Final Statistic.....	60



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	33
Gambar 4.1. Struktur Organisasi.....	46
Gambar 4.2. Skema proses produksi.....	50

