

**PREFERENSI KONSUMEN MINIMARKET BERDASARKAN
COMPENSATORY MODEL
(STUDI PADA KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET
DAN ALFAMART DI KAWASAN JALAN MENOREH RAYA
SEMARANG)**

Summary



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
2015

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Angelia Jwalita Kartikawati
NIM : 11.30.0176
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul : PREFERENSI KONSUMEN MINIMARKET BERDASARKAN
COMPENSATORY MODEL (STUDI PADA KONSUMEN
MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART DI
KAWASAN JALAN MENOREH RAYA SEMARANG)



Disetujui di Semarang, Juni 2015

Pembimbing


(Sentot Suciarto A., Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Angelia Jwalita Kartikawati

NIM : 11.30.0176

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, manipulasi, atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, Juni 2015

METERAI
TEMPEL

33F68ADF017458310

6000
ENAM RIBURUPIAH

(Angelia Jwalita Kartikawati)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**I believe there's a treasure in life and I promise that I'll
never stop to find some color in this black and white
world**

-AJK-



Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus

Keluargaku Terkasih

Dan Semua Teman-Temanku yang Kusayangi

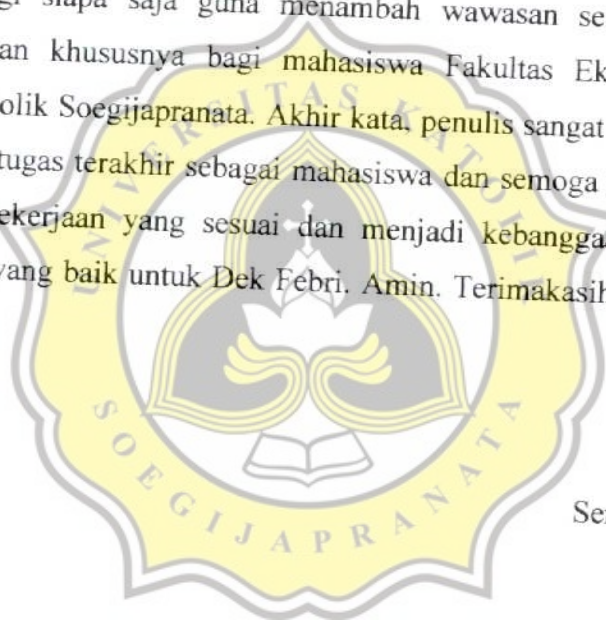
KATA PENGANTAR

Inilah yang didambakan seluruh mahasiswa tingkat akhir yaitu lulus sidang skripsi dengan nilai yang sempurna. Begitu pula dengan penulis, puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus karena atas segala berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul : **“PREFERENSI KONSUMEN MINIMARKET BERDASARKAN COMPENSATORY MODEL (STUDI PADA KONSUMEN MINIMARKET INDOMARET DAN ALFAMART DI KAWASAN JALAN MENOREH RAYA SEMARANG)”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menerima banyak sekali nasihat, bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, walaupun tak lepas dari kenyataan bahwa penulis pernah menangis saat sedang tidak punya ide untuk menulis alias otaknya mampet. Namun, dengan dukungan orang-orang terkasih akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada Ir. Antonius Ardiyanto, MT dan Drs. Sisilia Siti Danisworo selaku orang tua penulis yang sangat menyayangi, mengasihi, selalu mendukung, tidak pernah marah, dan tentunya selalu menjadi yang pertama bagi penulis. Penulis juga mengucapkan terimakasih khususnya untuk bapak A. Sentot Suciarto, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang juga sekaligus menjadi dosen pembimbing yang sangat sabar, sangat kepatutan, dan juga memberikan banyak sekali masukan dan arahan bagi penulis agar skripsi ini dapat tersusun dengan sempurna. Terimakasih juga penulis ucapkan kepada bapak Antonius Haryo Perwito SE., MA-TRM dan bapak. Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA selaku dosen penguji yang baik hati. Terimakasih juga kepada ibu Eny Trimeiningrum SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Dan tentunya penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Jonathan Alfred Samuel (Kak Jo) yang selalu menyayangi dan memberikan *support* yang tak henti-hentinya walaupun jarak memisahkan.

Kepada sahabat-sahabatku terkasih Devin, Ersa, Vina, Ajon, Ica, Anin, Anggi, dan Geng Sopran Satu GRATIA CHOIR (Ajeng, Jejes, Jeje, Dara), terimakasih untuk segala canda tawa dan waktu yang kalian berikan untuk mendengarkan curhatan saat penulis sedang stres menghadapi skripsi. Dan terimakasih untuk semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu-persatu yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan laporan skripsi ini dan dan mengharapkan adanya saran dan kritik dari berbagai pihak. Penulis berharap agar laporan yang jauh dari sempurna ini dapat diterima dan bermanfaat bagi siapa saja guna menambah wawasan serta tambahan ilmu pengetahuan dan khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata. Akhir kata, penulis sangat bahagia sudah bisa menyelesaikan tugas terakhir sebagai mahasiswa dan semoga penulis bisa segera mendapatkan pekerjaan yang sesuai dan menjadi kebanggaan orang tua juga menjadi kakak yang baik untuk Dek Febri. Amin. Terimakasih semuanya, Tuhan Memberkati.



Semarang, Juni 2015

(Angelia Jwalita Kartikawati)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.1.1. Definisi pemasaran.....	7
2.1.2. Pasar.....	7
2.1.3. Saluran Pemasaran.....	8
2.2. Perilaku Konsumen.....	8
2.2.1. Definisi perilaku konsumen.....	8
2.2.2. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen.....	9
2.2.3. Motivasi.....	10

2.2.4.	Proses keputusan konsumen	11
2.2.5.	Proses pemilihan tempat berbelanja	11
2.3.	Preferensi	12
2.3.1.	Proses Pembentukan Preferensi	12
2.3.2.	Pembentukan Preferensi berdasarkan Atribut Produk	13
2.4.	Ritel	13
2.4.1.	Definisi ritel	13
2.4.2.	Format ritel	14
2.4.3.	Bauran ritel	15
2.4.4.	Unsur-unsur bauran ritel	16
2.5.	Kerangka Pikir	20
2.6.	Definisi Operasional	20
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1.	Lokasi Penelitian	23
3.2.	Populasi dan Sampel	23
3.3.	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.	Skala Pengumpulan Data	25
3.6.	Alat Analisis Data	25
3.6.1.	Uji Validitas	25
3.6.2.	Uji Reliabilitas	27
3.7.	Teknik Analisis Data	29
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Gambaran umum minimarket Indomaret dan Alfamart	33
4.2.	Gambaran umum responden	34

4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Alamat.....	34
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia	36
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	37
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Alasan Berbelanja di Indomaret maupun Alfamart di kawasan Jalan Menoreh Raya Semarang	39
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Indomaret dan Alfamart di Kawasan Jalan Menoreh Raya Semarang dalam 3 bulan terakhir.....	41
4.2.8	Profil Responden Berdasarkan Jarak Minimarket Dari Tempat Tinggal	42
4.2.9	Profil Responden Berdasarkan Produk atau Barang yang Sering Dibeli di Minimarket Dalam 3 Bulan Terakhir	43
4.2.10	Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Pendukung Lain Minimarket yang Pernah Digunakan.....	44
4.3.	Deskripsi Tanggapan Responden.....	45
4.3.1.	Deskripsi Preferensi Berdasarkan Kesan Umum.....	45
4.3.2.	Analisis Deskriptif Atribut (W_i).....	48
4.3.3.	Analisis Deskriptif Kinerja atau Performans Indikator Atribut (B_{ib}) ...	58
4.4.	Analisis Deskriptif Preferensi Kompensatori Model.....	79
4.5.	Analisis Deskriptif Perbandingan Preferensi Kesan Umum dan Preferensi Kompensatori Model.....	80
4.6.	Analisis Deskriptif Ranking Indomaret dan Alfamart berdasarkan Kesan Umum dan Kompensatori Model	82
4.7.	Uji Perbedaan Preferensi Konsumen.....	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		85

5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran.....	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengujian Validitas	26
Tabel 3.2 Pengujian Reliabilitas	28
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Alamat	34
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Kelompok Usia	36
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	39
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Alasan Berbelanja di Indomaret maupun Alfamart di Kawasan Jalan Menoreh Raya Semarang	39
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja di Indomaret maupun Alfamart di Kawasan Jalan Menoreh Raya Semarang	41
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Jarak Minimarket Dari Tempat Tinggal	42
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Produk atau Barang Yang Sering Dibeli di Minimarket	43
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Pendukung Lain Minimarket Yang Pernah Digunakan	44
Tabel 4.11 Lokasi Survey dan Preferensi Kesan Umum Terhadap Indomaret ...	46
Tabel 4.12 Lokasi Survey dan Preferensi Kesan Umum Terhadap Alfamart	47
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Preferensi Kesan Umum	48
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Produk	49
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Harga ..	51
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Promosi	53

Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Fasilitas Layanan Toko	54
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Mengenai Atribut Fasilitas Bangunan Fisik	56
Tabel 4.19 Kelengkapan Jenis Produk di Indomaret dan di Alfamart	59
Tabel 4.20 Varian per Jenis Produk di Indomaret dan di Alfamart	60
Tabel 4.21 Variasi Merek per Jenis Produk di Indomaret dan di Alfamart	61
Tabel 4.22 Tanggal Kadaluwarsa Produk di Indomaret dan di Alfamart	62
Tabel 4.23 Murah Tidaknya Harga Produk di Indomaret dan di Alfamart	63
Tabel 4.24 Keterjangkauan Harga Produk di Indomaret dan di Alfamart	64
Tabel 4.25 Seberapa Jauh Perbedaan Harga Produk di Indomaret dan Alfamart dengan Harga Produk di Pasar Tradisional	65
Tabel 4.26 Diskon Harga Produk di Indomaret dan di Alfamart	66
Tabel 4.27 Promo Harga di Indomaret dan di Alfamart	67
Tabel 4.28 Banyaknya Variasi Kegiatan Promosi di Indomaret dan di Alfamart	68
Tabel 4.29 Seringnya Promosi Yang Ada di Indomaret dan di Alfamart	69
Tabel 4.30 Pelayanan Ramah oleh Pramuniaga di Indomaret dan di Alfamart ..	70
Tabel 4.31 Pelayanan Kasir Yang Cepat di Indomaret dan di Alfamart	71
Tabel 4.32 Ketersediaan Variasi Fasilitas Pendukung di Indomaret dan di Alfamart	72
Tabel 4.33 Ketersediaan CCTV di Indomaret dan di Alfamart	73
Tabel 4.34 Kenyamanan Berbelanja di Indomaret dan di Alfamart	74
Tabel 4.35 Kebersihan Toko Indomaret dan Alfamart	75
Tabel 4.36 Kerapian Tata Letak di Indomaret dan di Alfamart	76
Tabel 4.37 Kemudahan Dalam Memilih Sendiri Barang di Indomaret dan di Alfamart	77

Tabel 4.38 Kenyamanan Bangunan Fisik Indomaret dan Alfamart	78
Tabel 4.39 Statistik Deskriptif Preferensi Kompensatori Model	80
Tabel 4.40 Statistik Deskriptif Perbandingan Preferensi Kesan Umum dan Kompensatori Model	81
Tabel 4.41 Frekuensi Perolehan Ranking Minimarket Berdasarkan Preferensi Kesan Umum	82
Tabel 4.42 Frekuensi Perolehan Ranking Minimarket Berdasarkan Preferensi Kompensatori Model	83
Tabel 4.43 Uji Beda (uji <i>t</i>)	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Elemen-Elemen Sistem Pemasaran Modern	7
Gambar 2.2 Sistem Motivasi Sederhana	11
Gambar 2.3 Kerangka Pikir Penelitian	20



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	RANCANGAN KUESIONER PRA SURVEY
LAMPIRAN B	RANCANGAN KUESIONER PENELITIAN
LAMPIRAN C	FOTO PENDUKUNG
LAMPIRAN D	VALIDITAS DAN RELIABILITAS KUESIONER
LAMPIRAN E	TABULASI SKOR PREFERENSI BERDASARKAN KESAN UMUM
LAMPIRAN F	TABULASI SKOR TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT
LAMPIRAN G	IDENTIFIKASI KINERJA ATRIBUT MINIMARKET
LAMPIRAN H	TABULASI HASIL SKOR PERHITUNGAN PREFERENSI MENGGUNAKAN KOMPENSATORI MODEL
LAMPIRAN I	TABULASI PERBANDINGAN SKOR PREFERENSI KESAN UMUM DAN PREFERENSI KOMPENSATORI MODEL
LAMPIRAN J	JAWABAN KUESIONER PRASURVEY