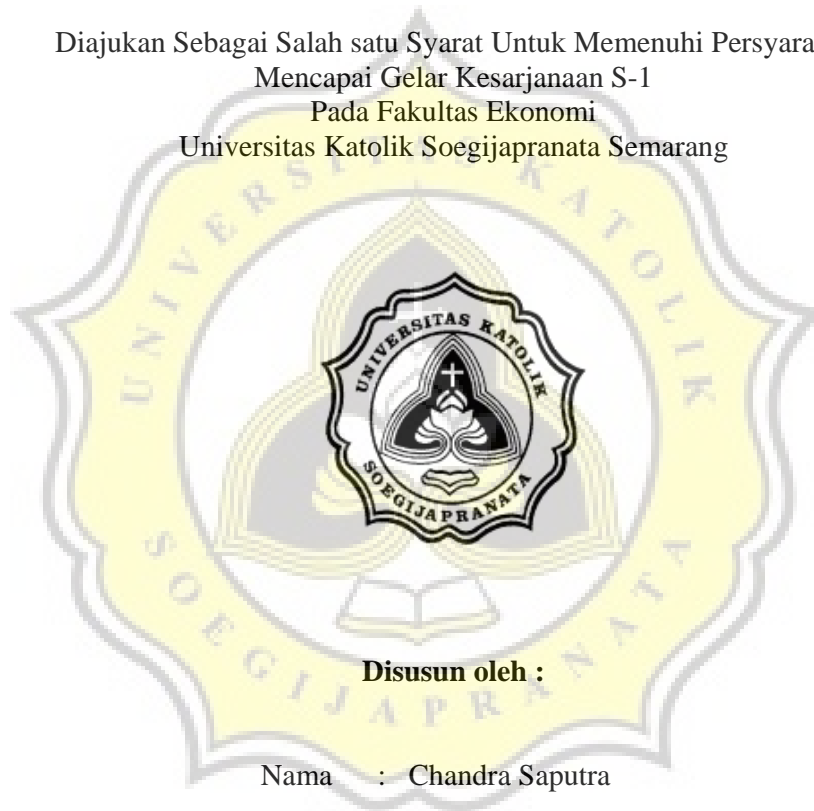


**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN  
BELA DIRI KASUS PADA KENJI MARTIAL ART  
JL KH AHMAD DAHLAN NO 28 YOGYAKARTA**

**Skripsi**

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan  
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1  
Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**Disusun oleh :**

Nama : Chandra Saputra

NIM : 04.30.0152

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2009**

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

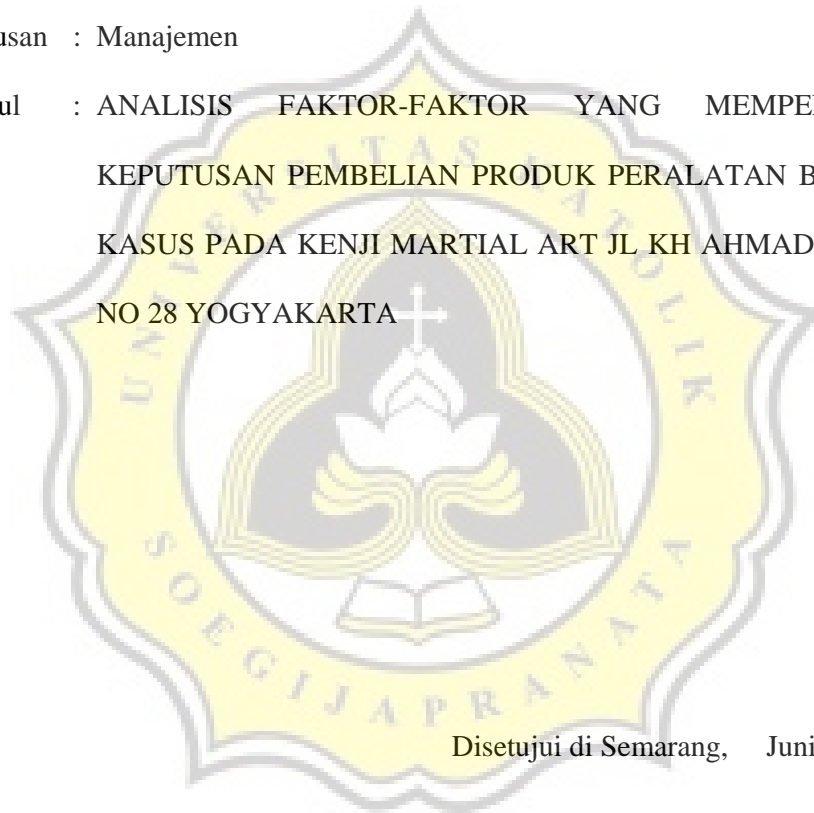
Nama : Chandra Saputra

NIM : 04.30.0152

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN BELA DIRI  
KASUS PADA KENJI MARTIAL ART JL KH AHMAD DAHLAN  
NO 28 YOGYAKARTA



Disetujui di Semarang, Juni 2009

Pembimbing

( A. Sentot Suciarto PHD. )

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN BELA DIRI KASUS PADA KENJI MARTIAL ART JL KH AHMAD DAHLAN NO 28 YOGYAKARTA**

Disusun Oleh:

Nama : Chandra Saputra

NIM : 04.30.0152

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik  
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal : 25 Juni 2009

Koordinator Tim Penguji,  
Anggota Anggota

(DRA. MY. Dwi Hayu Agusri, MBA)(MG. Westri Kekalih, SE., MSi)(A. Sentot Suciarto, Ph.D.)

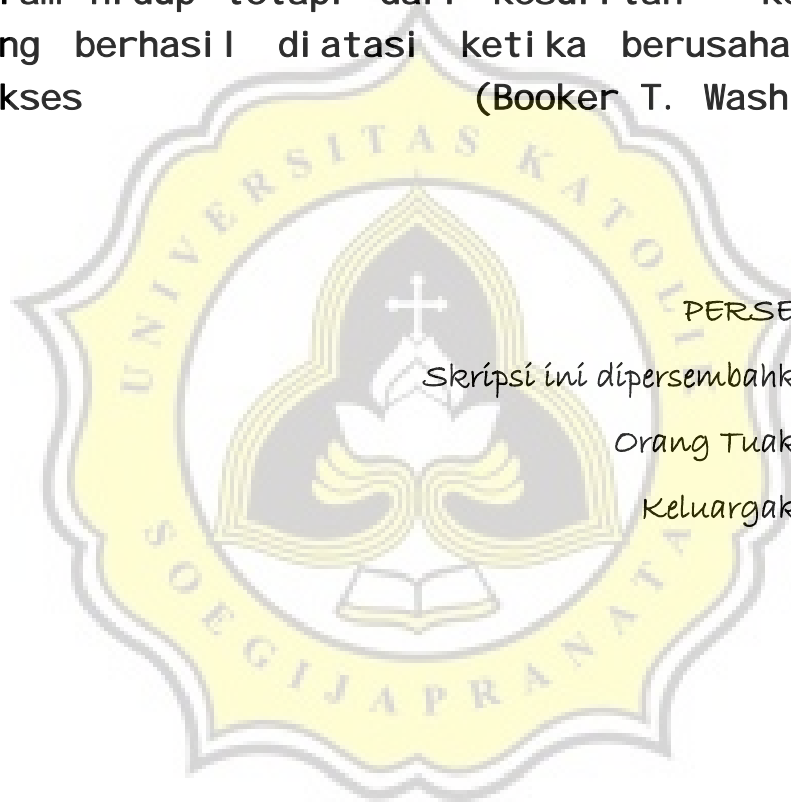
Dekan  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata

( Dr. Andreas Lako, SE., MSi., Akt.)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### *MOTTO*

Sukses tidak diukur dari dari posisi seseorang dalam hidup tetapi dari kesulitan - kesulitan yang berhasil diatasi ketika berusaha meraih sukses  
(Booker T. Washington)



### PERSEMBAHAN

*Skripsi ini dipersembahkan untuk:*

*Orang Tuaku Tercinta*

*Keluargaku Tercinta*

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Chandra Saputra

NIM : 04.30.0152

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

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

Semarang, Juni 2009

( Chandra Saputra )

## ABSTRAKSI

Tumbuhnya bisnis ritel menyebabkan persaingan bisnis eceran sangat ketat dalam memperebutkan konsumen. Hal ini karena jumlah pengecer cukup banyak serta barang yang ditawarkan hampir tidak dapat dibedakan. Masing-masing toko berusaha menampilkan ciri dan karakteristik yang berbeda satu sama lain untuk menarik minat konsumen. Konsumen akan mengunjungi setiap toko tersebut untuk mengetahui mana yang dapat memberikan keputusan sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu pengelola bisnis ritel harus selalu mengikuti perkembangan pasar sekaligus menyikapi keadaan ini dengan keputusan-keputusan yang memperhatikan sikap dan perilaku konsumennya. Begitu halnya dengan Kenji Martial Art, yaitu salah satu perusahaan distributor terbesar di Yogyakarta yang menjual peralatan olah raga bela diri, seperti taekwondo, silat, karate, judo, kempo, tinju, dll. Dengan adanya persaingan di dunia usaha retail, salah satunya penjualan peralatan olah raga bela diri, maka perusahaan harus dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya, dimana perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas.

Suatu perusahaan harus mencoba mengidentifikasi cara-cara spesifik agar perusahaan tertarik untuk memutuskan pembelian. Untuk mencapai keunggulan kompetitif, seperti kualitas produk, harga, promosi, pelayanan, lokasi, kenyamanan toko, layout toko, lingkungan sosial toko, image/citra, sikap, keluarga, ketersediaan informasi, email, dan emosional sebagaimana yang dilakukan oleh Kenji Martial Art Yogyakarta. Berdasarkan uraian tersebut maka menarik untuk dilakukan suatu penelitian dengan judul : “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN BELA DIRI KASUS PADA KENJI MARTIAL ART JL KH AHMAD DAHLAN NO 28 YOGYAKARTA

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk peralatan bela diri di Kenji Martial Art Yogyakarta dan faktor apa yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk peralatan bela diri di Kenji Martial Art Yogyakarta. Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya. Ada beberapa konsep dalam tinjauan pustaka yaitu perilaku konsumen manajemen ritel, pemilihan toko dan keputusan pembelian. Selain itu dikemukakan pula kerangka pikir serta definisi operasional.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran validitas, reliabilitas, skala pengukuran, serta teknik analisis data yang menggunakan analisis faktor. Pada pembahasan dikemukakan mengenai hasil penelitian yaitu terdapat empat faktor yang terbentuk adalah Faktor keramahan pelayanan dan kelengkapan produk, Faktor promosi, Faktor kenyamanan dan Faktor keragaman merek dimana keempat faktor itulah yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kenji Martial Art Yogyakarta.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Peralatan Bela Diri.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Yesus Kristus dan Bunda Maria atas segala berkat, rahmat, dan kasih karunia-Nya sehingga pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN BELA DIRI KASUS PADA KENJI MARTIAL ART JL KH AHMAD DAHLAN NO 28 YOGYAKARTA. Peneliti menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Yesus Kristus dan Bunda Maria, atas segala karunia yang telah diberikanNYA untukku
2. Bapak A. Sentot Suciarto, Ph.D., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta pemikiran untuk memberikan petunjuk dan pengarahannya serta saran dalam penyelesaian skripsi.
3. Kedua orangtuaku dan kedua tanteku (Iik wa, mamah kiem) atas doa-doa yang selalu setia terangi tiap langkahku, kesabaran selalu menungguku serta limpahan materi yang selalu ada untukku dan aku tahu betapa berat kalian mendapatkan semua itu untukku, terima kasih hingga akhirnya aku dapat menyelesaikan semua apa yang menjadi tanggung jawabku dan apa yang menjadi cita-cita kalian.

4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi yang telah membekali pengetahuan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Pengelola Kenji Martial Art Yogyakarta yang telah memberikan ijin, bantuan dan segala informasi dalam mendukung terselesainya skripsi ini.
6. Para responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner.
7. My Lovely.....Nnk Agnes Chan yang telah memberikan semangat dan doa. semoga kebersamaan kita selalu untuk selamanya I Love U So much....
8. Adik-adikku Kaka, Surya, Putri, Andi dan Kakakku Cik Lilis, Ko Arie , yang tersayang .
9. Sahabatku yang tersebar di seluruh semarang ( Mas Neng, Mas Hady, Mas Lukman , Andre n teman-temanku di jatidiri) . Thank very much atas Doa dan bantuannya atas terselesaikannya skripsi ini.
10. Dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah ikut serta membantu penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi semua pihak yang membutuhkannya.

Semarang, Juni 2009

Chandra Saputra



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMABAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAKSI .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1.3.1. Tujuan Penelitian .....	8
1.3.2. Manfaat Penelitian .....	8
1.4. Sistematika Penulisan .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Landasan Teori .....	11

2.1.1. Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	11
2.1.1.2. Teori Perilaku Konsumen.....	12
2.1.1.3. Model-Model Perilaku Konsumen.....	14
2.1.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian.....	16
2.1.2. Manajemen Ritel.....	28
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Ritel.....	28
2.1.2.2. Strategi Manajemen Ritel.....	29
2.1.2.3. Strategi Pemasaran Ritel.....	31
2.1.2.4. Strategi Pertumbuhan Ritel.....	32
2.1.3. Pemilihan Toko.....	33
2.1.4. Keputusan Membeli.....	35
2.1.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	35
2.1.4.2. Tahap-Tahap Proses Pembelian.....	37
2.2. Kerangka Pikir.....	39
2.3. Definisi Operasional.....	41
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>43</b>
3.1. Obyek dan Lokasi Penelitian.....	43
3.2. Populasi Dan Sampel.....	43
3.3. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.3.1. Jenis Data.....	44

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4. Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	45
3.5.1. Uji Validitas .....	45
3.5.2. Uji Reliabilitas .....	47
3.5. Teknik Analisis Data.....	48
8.6.1. Analisis Deskriptif .....	48
8.6.2. Analisis Data Kuantitatif.....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
4.1. Gambaran Umum Responden .....	53
4.1.1. Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.1.2. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	54
4.1.3. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	54
4.1.4. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Bela Diri .....	55
4.1.5. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Peralatan Yang Dibeli.....	56
4.1.6. Identitas Responden Berdasarkan Harga Peralatan .....	57
4.1.7. Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Item Yang Dibeli.....	57
4.1.8. Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	58
4.1.9. Identitas Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir	58
4.1.10. Identitas Responden Berdasarkan Motif Pembelian .....	59

4.1.11. Identitas Responden Berdasarkan Alasan Membeli Peralatan.....	60
4.1.12. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Dan Peralatan Yang Dibeli .....	60
4.1.13. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Jenis Bela Diri Dan Peralatan Yang Dibeli..	62
4.2. Analisis Deskriptif Kuantitatif .....	64
4.2.1. Tanggapan Responden Mengenai Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Kenji Martial Art Yogyakarta.....	65
4.3. Hasil Analisis Faktor .....	71
4.3.1. Memilih Variabel.....	71
4.3.2. Menentukan Jumlah Faktor yang Terbentuk .....	72
4.3.3. Rotasi Faktor .....	73
4.3.4. Identifikasi Variabel Pembentuk Faktor.....	75
4.3.5. Pemberian Nama Faktor .....	76
 BAB V PENUTUP.....	 79
5.1. Kesimpulan .....	79
5.2. Saran.....	80

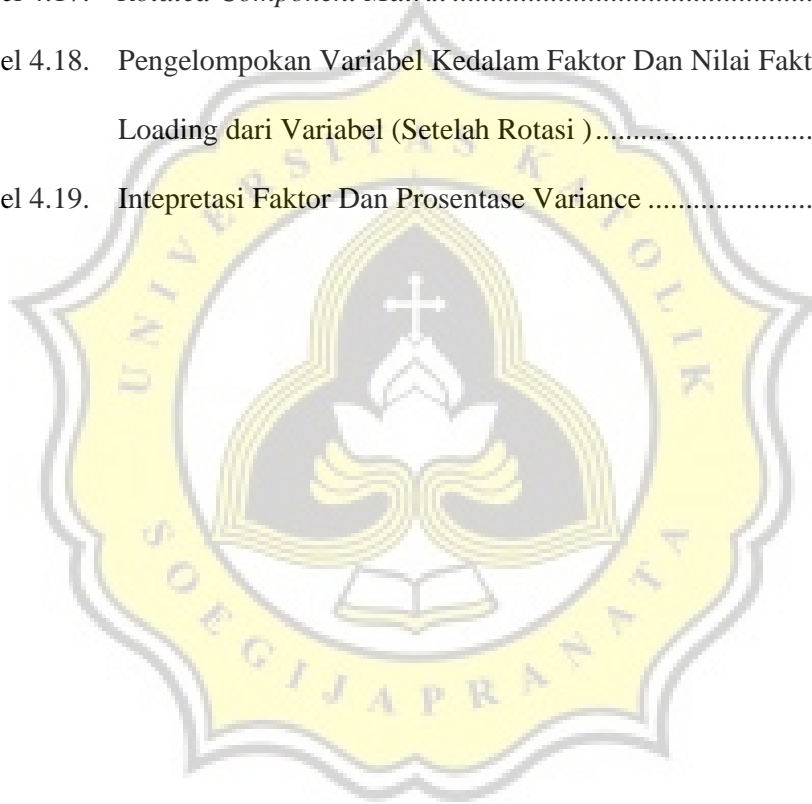
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Hasil Pra Survei.....	6
Tabel 3.1.	Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.2.	Hasil Uji Reliabilitas .....	48
Tabel 4.1.	Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	53
Tabel 4.2.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3.	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan .....	55
Tabel 4.4.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Bela Diri.....	55
Tabel 4.5.	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Peralatan Yang Dibeli.....	56
Tabel 4.6.	Identitas Responden Berdasarkan Harga Peralatan.....	57
Tabel 4.7.	Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Item Yang Dibeli	58
Tabel 4.8.	Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	58
Tabel 4.9.	Identitas Responden Berdasarkan Pembelian Terakhir.....	59
Tabel 4.10.	Identitas Responden Berdasarkan Motif Pembelian .....	59
Tabel 4.11.	Identitas Responden Berdasarkan Alasan Membeli Peralatan .....	60
Tabel 4.12.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Dan Peralatan Yang Dibeli .....	61
Tabel 4.13.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Jenis Bela Diri Dan Peralatan Yang Dibeli .....	62

Tabel 4.14. Tanggapan Responden terhadap Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Kenji Martial Art Yogyakarta .....	65
Tabel 4.15. <i>KMO and Bartlett's Test</i> .....	71
Tabel 4.16. <i>Initial Statistic</i> .....	72
Tabel 4.17. <i>Rotated Component Matrix</i> .....	74
Tabel 4.18. Pengelompokan Variabel Kedalam Faktor Dan Nilai Faktor Loading dari Variabel (Setelah Rotasi ).....	74
Tabel 4.19. Intepretasi Faktor Dan Prosentase Variance .....	77



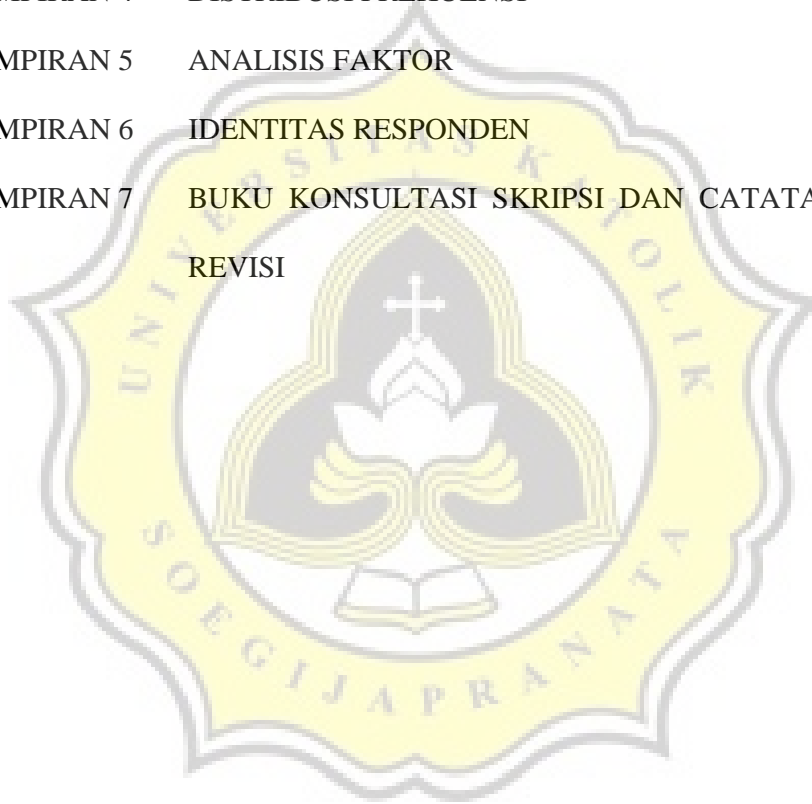
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Perilaku Konsumen Model Philips Kotler .....	15
Gambar 2.2. Model Lima Tahap Proses Membeli .....	37
Gambar 2.3. Kerangka Pikir .....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN
- LAMPIRAN 2 TABULASI DATA
- LAMPIRAN 3 UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
- LAMPIRAN 4 DISTRIBUSI FREKUENSI
- LAMPIRAN 5 ANALISIS FAKTOR
- LAMPIRAN 6 IDENTITAS RESPONDEN
- LAMPIRAN 7 BUKU KONSULTASI SKRIPSI DAN CATATAN  
REVISI





## ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul : “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERALATAN BELA DIRI KASUS PADA KENJI MARTIAL ART JL KH AHMAD DAHLAN NO 28 YOGYAKARTA. Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk peralatan bela diri di Kenji Martial Art Yogyakarta dan faktor apa yang paling dominan dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk peralatan bela diri di Kenji Martial Art Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang terbentuk adalah Faktor keramahan pelayanan dan kelengkapan produk, Faktor promosi, Faktor kenyamanan dan Faktor keragaman merek dimana keempat faktor itulah yang mempengaruhi keputusan pembelian di Kenji Martial Art Yogyakarta.

