658.8343
WID
a
1999

Perpustakaan Unika

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL BAURAN PEMASARAN CV. SURYA CHANDRA UTAMA SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

Oleh :

NAMA : SLAMET WIDODO
NIM : 94.30.2095
NIRM : 94.6.111.02016.50282
JURUSAN : MANAJEMEN

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
No. Inv. 660/F/05/C.1
Tb. Angg. COMPUTER:
Paraf TGL. 16/11-1999

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

1999

Perpustakaan Unika

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : SLAMET WIDODO

NIM : 94.30.2095

NIRM : 94.6.111.02016.50282

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL BAURAN PEMASARAN CV SURYA CHANDRA UTAMA SEMARANG

Disetujui di : Semarang

Pada tanggal : Juli 1999

PEMBIMBING I

(DRA. RETNO YUSTINI W, Msi)

Perpustakaan Unika

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL BAURAN PEMASARAN CV SURYA CHANDRA UTAMA SEMARANG

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan para penguji pada :

Sidang di : Semarang

Pada tanggal : Juli 1999

KOORDINATOR PENGUJI

(SENTOT SUCIARTO, PhD)

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

(KOMALA INGGARWATI, SE, MM)

Perpustakaan Unika

ABSTRAKSI

Dalam menghadapi tantangan jaman yang semakin meningkat, komputer sebagai teknologi modern dan canggih memang berkembang pesat dan semakin diperlukan saat ini. Baik peralatan, kemampuan berpikir, kapasitas maupun kemampuan lainnya, rasanya tak pernah habis untuk digali. Komputer senantiasa mengalami perkembangan demi perkembangan yang mungkin pada akhirnya nanti, manusia secara sadar maupun tidak akan tergantung pada teknologi tersebut.

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka berbagai macam produk pun telah banyak diperbaharui. Misalnya dengan menampilkan dalam bentuk yang lebih menarik, dan kegunaan yang lebih beraneka ragam, mempermudah cara pemakaiannya, lebih menyenangkan untuk dipakai, lebih canggih dan lain-lain.

Secara garis besar, kondisi perekonomian yang semakin tumbuh dan berkembang akan menimbulkan persaingan yang semakin meningkat dan semakin ketat antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya. Persaingan ini muncul karena masing-masing perusahaan berlomba-lomba untuk mengenalkan dan memasarkan produknya kepada masyarakat umum. Hal tersebut tentunya memungkinkan terjadinya perubahan sikap konsumen dalam menanggapi permintaan akan produk komputer, dimana dari waktu ke waktu terus mengalami peningkatan. Untuk itulah mengingat ketatnya situasi persaingan yang terjadi, diperlukan kepekaan dalam menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen. CV Surya Chandra Utama sebagai salah satu penjual komputer beserta perlengkapannya juga berusaha untuk eksis dalam persaingan. Dengan semakin ketatnya persaingan antara produsen maupun jasa komputer, maka CV Surya Chandra Utama mencoba melakukan analisis atau evaluasi terhadap atribut-atribut yang telah dijalankannya. Dari hasil evaluasi tersebut, diharapkan CV Surya Chandra Utama akan semakin mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkannya. Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk membahas lebih lanjut dan mengambil judul "ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP VARIABEL BAURAN PEMASARAN CV SURYA CHANDRA UTAMA SEMARANG"

Untuk lebih memperjelas masalah penelitian di atas maka peneliti menguraikan permasalahan sebagai berikut :

- Bagaimana sikap konsumen terhadap variabel bauran pemasaran CV Surya Chandra Utama yang di dalamnya meliputi atribut-atribut produk, harga, promosi dan distribusi.

Penelitian ini bermanfaat bagi CV Surya Chandra Utama untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang telah dijalankannya, sehingga perusahaan akan lebih mudah dalam meningkatkan dan memperbaiki pelayanan sesuai dengan harapan konsumen serta menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain yang juga tertarik terhadap masalah yang berkaitan dengan sikap konsumen.

Lokasi penelitian yang diambil oleh peneliti adalah CV Surya Chandra Utama yang beralamat di jalan Kyai Saleh no 28, Semarang. Sedangkan populasi yang

Perpustakaan Unika

diambil oleh peneliti adalah semua konsumen yang bertempat tinggal di Semarang yang datang dan membeli komputer di CV Surya Chandra Utama pada periode bulan Oktober tahun 1998, yang menurut informasi dari pihak penjualan diketahui berjumlah 120 orang. Mengingat keterbatasan waktu dan biaya, maka peneliti hanya mengambil populasi yang berasal dari Semarang, sedangkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 55 orang, jumlah tersebut didapat dengan meggunakan rumus yang telah ada. Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Random Sampling, yaitu dengan jalan mengundi sampel yang akan dipilih oleh peneliti sebagai wakil dari populasi. Jenis data yang terdapat dalam penelitian ini ada dua, untuk jenis data yang pertama adalah data primer yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari sumbernya tanpa melalui pihak lain, yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung penelitian. Data ini diperoleh peneliti dengan jalan membagikan kiesioner. Sedangkan jenis data yang kedua adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan secara tidak langsung, baik yang berasal dari literatur maupun perusahaan tanpa mengolahnya yang digunakan untuk melengkapi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti juga mengadakan pengujian kuesioner dengan menggunakan alat uji validitas untuk mengetahui sejauhmana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan alat uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat kestabilan dari suatu alat ukur dalam mengukur suatu gejala.

CV Surya Chandra Utama yang didirikan pertama kali di Semarang pada tanggal 1 Maret 1994 oleh Bapak Drs Andi Sulistiono ini, bergerak sebagai perusahaan yang menjual komputer beserta perlengkapannya. CV Surya Chandra Utama ini mempunyai struktur organisasi yang menangani bidangya masing-masing, dimulai dari Direktur, Departemen Keuangan, mencakup kasir, gudang, administrasi dan akuntansi. Departemen Pemasaran, mencakup pembelian, publikasi dan penjualan. Departemen Teknik, mencakup servis, pemeliharaan dan software.

Dalam penelitian ini faktor yang dipilih adalah mengenai atribut-atribut yang ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama. Atribut-atribut yang ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama mencakup produk itu sendiri, harga, promosi dan distribusinya. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan dapat menetapkan segmentasi pasar yang akan dilayani dan strategi pemasarannya.

Dalam penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah :

- Tabel Frekuensi

  Digunakan untuk mengetahui identitas responden yang memberikan tanggapan sikapnya terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama, dimana dalam tabel frekuensi ini menerangkan tentang profil responden. Profil responden mencakup jenis kelamin, tingkat usia, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan utama, tingkat penghasilan responden atau keluarga dalam 1 bulan dan pengambil keputusan dalam membeli komputer.

- Analisis Multiattribute Attitude Model (MAM) Angka Ideal

  Analisis ini digunakan untuk mengukur sikap konsumen secara keseluruhan terhadap atribut-atribut yang diteliti yaitu atribut produk, harga, promosi dan

Perpustakaan Unika

distribusi. Jika hasil dari penilaian sikap konsumen semakin ke kanan, maka sikap konsumen akan sangat negatif karena semakin ke kanan berarti kesenjangan antara keyakinan (kondisi yang nyata ada pada atribut tersebut) dan ideal (kondisi yang diharapkan ada pada atribut tersebut) dari responden juga akan semakin besar, tetapi apabila semakin ke kiri, sikap konsumen akan sangat positif karena semakin ke kiri berarti kesenjangan antara keyakinan (kondisi yang nyata ada pada atribut tersebut) dan ideal (kondisi yang diharapkan ada pada atribut tersebut) responden akan semakin kecil.

Secara ringkas hasil penelitian tentang sikap konsumen terhadap CV Surya Chandra Utama yang menawarkan atribut-atribut produk, harga, promosi dan distribusi adalah sebagai berikut :

- Dari hasil analisis tabel frekuensi diperoleh prosentase terbesar untuk jenis kelamin responden adalah pria (63,6 %), dilihat dari tingkat usianya adalah 22 – 35 tahun (65,4 %), untuk tingkat pendidikan terakhirnya adalah SLTA (61,8 %), sedangkan pekerjaan utama dari responden adalah pelajar atau mahasiswa (58,2 %), untuk tingkat penghasilan responden atau keluarga dalam 1 bulan adalah Rp 500.000,00 – Rp 750.000,00 (45,4 %), sedangkan untuk pengambil keputusan dalam membeli komputer adalah orang tua (49,1 %).
- Dari hasil perhitungan dengan menggunakan Multiattribute Attitude Model (MAM) Angka Ideal dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap masing-masing atribut yang ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama adalah antara lain : untuk atribut produk, sikap konsumen adalah sangat positif, seperti yang ditunjukkan dalam skala sikap bernilai 59 yang berada pada range pertama. Untuk atribut harga, promosi dan distribusi sikap konsumen adalah positif, seperti yang ditunjukkan dalam skala sikap bernilai masing-masing 101untuk atribut harga, 91 untuk atribut promosi dan 99 untuk atribut distribusi, dimana ketiganya berada pada range ke dua. Sedangkan untuk keseluruhan atribut yang ditawarkan, sikap konsumen adalah positif, seperti yang ditunjukkan dalam skala sikap yang bernilai 84,35 yang berada pada range ke dua.

Perpustakaan Unika

KATA PENGANTAR

Dengan segala kerendahan hati peneliti memanjatkan puji dan syukur Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya di dalam pengerjaan skripsi ini, sehingga dengan segala keterbatasan yang ada pada diri peneliti, skripsi yang berjudul " ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP CV SURYA CHANDRA UTAMA " ini dapat selesai tepat pada waktunya.

Skripsi ini peneliti ajukan guna memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang. Mengingat keterbatasan kemampuan dan pengetahuan peneliti, serta keterbatasan literatur yang ada, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan perhatian, dorongan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik.

Dalam kesempatan ini , peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya baik secara moril maupun materiil, dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi ini. Untuk itulah peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Perpustakaan Unika

2. Ibu Dra. Retno Yustini W, Msi selaku Dosen Pembimbing I yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dorongan dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Ibu Ch. Trikardjanti, SE selaku Dosen Pembimbing II yang telah berkenan memberikan waktu, tenaga, dorongan dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
4. Seluruh dosen fakultas ekonomi manajemen yang telah mengajar dan membekali peneliti dengan ilmu pengetahuan yang kelak akan berguna bagi masa depan peneliti.
5. Seluruh karyawan/wati pengajaran fakultas ekonomi yang telah banyak membantu dalam hal informasi dan hal akademik selama masa perkuliahan maupun masa penulisan skripsi ini.
6. Bp Drs. Andi Solistiono selaku pimpinan CV Surya Chandra Utama di Semarang.
7. Para responden yang telah membantu penulis dalam memberikan keterangan-keterangan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
8. Bapak, ibu dan adik-adikku yang telah memberikan dorongan moril dan bantuan materiil dalam penulisan skripsi ini.
9. Para sahabatku Aprilia, Huda, Indra, Ike, Fitri dan teman- temanku lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas dorongan moril dan bantuannya serta khusus untuk sahabat saya Agung alias Tambun terima kasih yang sebesar-besarnya buat pinjaman komputer sama printernya selama penulisan skripsi ini, semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberkatimu.

Perpustakaan Unika

Semoga segala bantuan dan amalan yang amat bijaksana dan tulus ikhlas itu akan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Semarang, Juni 1999

Penulis,

SLAMET WIDODO

Perpustakaan Unika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI ii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iii

ABSTRAKSI iv

KATA PENGANTAR vii

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 17

1.1 Latar Belakang Penelitian 17

1.2 Perumusan Masalah 20

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian 20

1.3.1 Tujuan Penelitian 20

1.3.2 Kegunaan Penelitian 20

1.4 Sistematika Penulisan 21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 22

2.1 Tinjauan Pustaka 22

2.1.1 Definisi dan Pentingnya Pemasaran 22

2.1.2 Konsep Pemasaran dan Orientasi pada Konsumen 23

Perpustakaan Unika

2.1.3 Pengertian Perilaku Konsumen..... 25

2.1.3.1 Teori Perilaku Konsumen..... 25

2.1.3.2 Faktor-faktor Lingkungan Ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... 27

2.1.3.3 Faktor-faktor Lingkungan Intern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..... 28

2.1.4 Arti dan Pentingnya Sikap..... 29

2.1.5 Sifat dari Sikap..... 31

2.1.6 Ciri-ciri Sikap..... 32

2.1.7 Komponen-komponen Sikap..... 33

2.1.8 Macam-macam Atribut yang Ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama..... 34

2.1.8.1 Produk..... 34

2.1.8.1.1 Pengklasifikasian Barang..... 35

2.1.8.2 Harga..... 37

2.1.8.2.1 Strategi Harga..... 38

2.1.8.3 Saluran Distribusi..... 39

2.1.8.4 Promosi..... 41

2.2 Kerangka Pikir..... 44

2.3 Definisi Operasional..... 45

BAB III METODE PENELITIAN..... 48

3.1 Lokasi Penelitian..... 48

Perpustakaan Unika

3.2 Populasi dan Sampel..... 48

3.3 Teknik Sampling 49

3.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data..... 50

3.4.1 Data Primer..... 50

3.4.2 Data Sekunder..... 51

3.5 Pengujian Kuesioner..... 51

3.6 Teknik Analisis Data..... 56

3.6.1 Tabel Frekuensi..... 56

3.6.2 Multiattribute Attitude Model (MAM) Angka Ideal..... 57

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 59

4.1.1 Sejarah Perusahaan..... 59

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan..... 60

4.1.3 Personalia..... 64

4.1.4 Jam Kerja..... 65

4.1.5 Sistem Pengupahan..... 65

4.1.6 Pemasaran..... 66

4.1.6.1 Daerah Pemasaran..... 66

4.1.6.2 Saluran Distribusi..... 66

4.1.6.3 Persaingan..... 66

4.1.6.4 Penetapan Harga..... 67

4.1.6.5. Promosi..... 67

PERPUSTAKAAN

Perpustakaan Unika

4.2 Analisis Hasil Penelitian..... 68

4.2.1 Tabel Frekuensi..... 68

4.2.2 Penghitungan Data Multiattribute Attitude Model (MAM) Angka Ideal..... 72

4.3 Sikap Konsumen terhadap CV Surya Chandra Utama..... 76

4.3.1 Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk..... 77

4.3.2 Sikap Konsumen terhadap Atribut Harga..... 78

4.3.3 Sikap Konsumen terhadap Atribut Promosi..... 80

4.3.4 Sikap Konsumen terhadap Atribut Distribusi..... 81

4.3.5 Sikap Konsumen terhadap keseluruhan Atribut yang ditawarkan oleh CV Surya Chandra Utama..... 83

BAB V PENUTUP..... **86**

5.1 Kesimpulan..... 86

5.2 Saran-saran..... 88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Perpustakaan Unika

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil perhitungan Validitas (untuk 30 Responden) 53

Tabel 3.2 Hasil perhitungan Validitas (untuk 55 responden) 54

Tabel 4.1 Frekuensi Responden berdasarkan Jenis Kelamin 68

Tabel 4.2 Frekuensi Responden berdasarkan Tingkat Usia..... 69

Tabel 4.3 Frekuensi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..... 69

Tabel 4.4 Frekuensi Responden berdasarkan Pekerjaan Utama..... 70

Tabel 4.5 Frekuensi Responden berdasarkan Penghasilan Responden atau Keluarga dalam 1 bulan 71

Tabel 4.6 Frekuensi Responden berdasarkan Pengambil Keputusan dalam Membeli Komputer 71

Tabel 4.7 Tabel Keyakinan rata-rata dan Ideal rata-rata dari masing-masing Atribut..... 75

Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Sikap Konsumen terhadap Atribut Produk..... 77

Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Sikap Konsumen terhadap Atribut Harga..... 79

Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Sikap Konsumen terhadap Atribut Promosi..... 80

Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Sikap Konsumen terhadap Atribut Distribusi..... 82

Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Sikap Konsumen terhadap Keseluruhan Atribut yang ditawarkan CV Surya Chandra Utama Semarang..... 84

Perpustakaan Unika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Skema Pemikiran..... 44

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi CV Surya Chandra Utama..... 61

Perpustakaan Unika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Data mentah Keyakinan konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan CV Surya Chandra Utama beserta hasil pengujian Validitas dan Reliabilitasnya (untuk 30 responden)

Lampiran 3 : Data mentah Keyakinan konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan CV Surya Chandra Utama beserta hasil pengujian Validitas dan Reliabilitasnya (untuk 55 responden)

Lampiran 4 : Data mentah Ideal konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan CV Surya Chandra Utama beserta hasil pengujian Validitas dan Reliabilitasnya (untuk 55 responden)

Lampiran 5 : Perhitungan panjang interval dan banyaknya kelas untuk tingkat usia dari responden

Lampiran 6 : Perhitungan Keyakinan rata-rata dan Ideal rata-rata dari konsumen terhadap atribut produk, harga, promosi dan distribusi

Lampiran 7 : Tabel Nilai-Nilai r Product Moment