

**ANALISIS PENGARUH PERILAKU LAMPAU DAN NORMA
SUBYEKTIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
ADA SWALAYAN PEDURUNGAN SEMARANG**

Skripsi

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



Disusun oleh :

Nama : Aria Bramanto
NIM : 01.30.0120

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Aria Bramanto

NIM : 01.30.0120

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS PENGARUH PERILAKU LAMPAU DAN NORMA
SUBYEKTIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ADA
SWALAYAN PEDURUNGAN SEMARANG

Disetujui di Semarang, Januari 2009

Pembimbing

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : **ANALISIS PENGARUH PERILAKU LAMPAU DAN
NORMA SUBYEKTIF TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN ADA SWALAYAN PEDURONGAN
SEMARANG**

Disusun Oleh :

Nama : Aria Bramanto

NIM : 01.30.0120

Program Studi : Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada tanggal : 23 Januari 2009

Tim Penguji,

Koordinator

Anggota

Anggota

(DRA. Dwi Hayu Agustini, MBA.)(DRS.Y. Sugiharto, MM)(Drs. R. Bowo
Harcahyo, MBA)

Dekan

Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Soegijapranata

(Dr. Andreas Lako,SE., MSi)

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aria Bramanto

NIM : 01.30.0120

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, Januari 2009

(Aria Bramanto)

ABSTRAKSI

Perkembangan bisnis retail (supermarket) saat ini semakin marak, persaingan semakin ketat baik dalam menyajikan produk-produk berkualitas dengan harga yang kompetitif maupun dalam melakukan pengelolaan bisnis ini seperti penyediaan fasilitas fisik yang meliputi desain toko, tempat parkir, penataan rak-rak barang sampai penggunaan teknologinya. Juga bagaimana memberikan pelayanan yang dapat memuaskan pelanggan.

Masuknya ritel-ritel di wilayah kelurahan-kelurahan seperti : Indomart, Alfamart maupun Minimart sebenarnya merupakan serangan bagi supermarket – supermarket besar seperti Sri Ratu, Matahari, Ramayana, dan ADA. Hal tersebut memberikan semakin banyaknya alternatif (pilihan) konsumen dalam memutuskan tempat berbelanja pada pasar swalayan. Para pengecer (ritel) berlomba-lomba mempengaruhi pembeli dengan strategi iklan dan promosinya, untuk membangun citra toko (merek) dan menciptakan loyalitas pembeli. Oleh karena itu pengelola bisnis ritel harus selalu mengikuti perkembangan pasar sekaligus menyikapi keadaan ini dengan keputusan-keputusan yang memperhatikan sikap dan perilaku konsumennya.

Penelitian ini menitikberatkan pada konsumen yang memenuhi kebutuhan pribadi atau konsumsi rumah tangga, dengan obyek penelitian adalah ADA swalayan Pedurungan Semarang. Adapun alasan pemilihan ADA swalayan Pedurungan karena saat mampu menjaring konsumen cukup luas dan mampu bersaing dengan supermarket-supermarket kelas nasional yang ada di kota Semarang ini seperti Matahari, Sri Ratu, Ramayana dan Hero. Berdasarkan uraian diatas, penulis mengangkat judul dalam penelitian ini “ ANALISIS PENGARUH PERILAKU LAMPAU DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ADA SWALAYAN PEDURUNGAN SEMARANG “

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah apakah perilaku lampau dan norma subyektif berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ADA Swalayan Pedurungan Semarang baik secara satu persatu maupun bersama-sama.

Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya. Ada beberapa konsep dalam tinjauan pustaka yaitu pengertian perilaku lampau, pengertian norma subyektif dan pengertian loyalitas konsumen. Selain itu dijelaskan pula mengenai kerangka pemikiran beserta definisi operasional variabel penelitian. Penelitian ini juga mengemukakan hipotesis yang akan diuji yaitu variabel perilaku lampau dan norma subyektif berpengaruh terhadap loyalitas konsumen baik secara satu persatu maupun bersama-sama.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pengukuran validitas, reliabilitas, skala pengukuran, serta teknik analisis data yang meliputi regresi linier berganda dan uji t serta uji F.

Pada pembahasan dikemukakan mengenai gambaran umum yang berisi tentang pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan. Selain itu dipaparkan juga tanggapan responden terhadap variabel penelitian. Dalam pembahasan, dikemukakan pula hasil penelitian dan inteprestasi

hasil penelitian dimana berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa perilaku lampau mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada ADA Swalayan Pedurungan, norma subyektif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada ADA Swalayan Pedurungan serta variabel perilaku lampau dan norma subyektif secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada ADA Swalayan Pedurungan.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Menguasai Alam Semaya Padya beserta isinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul, sehingga penulisan skripsi dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERILAKU LAMPAU DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN ADA SWALAYAN PEDURUNGAN SEMARANG”**. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademis untuk menempuh kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranata Semarang.

Penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan pihak lain yang berupa dorongan, bimbingan, serta bantuan baik berupa moril maupun materiil. Untuk itu melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada :

1. Bapak Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga, serta pemikiran untuk memberikan petunjuk dan pengarahan serta saran dalam penyelesaian skripsi.
2. ADA Swalayan Pedurungan yang telah memberikan ijin untuk penelitian.
3. Para konsumen ADA Swalayan Pedurungan yang telah bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner.
4. Orang tuaku dan keluargaku yang senantiasa mendukung dan menyemangati.
5. Teman-teman dan sahabat-sahabtaku yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas dukungannya

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah ikut serta membantu penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini, but remember, I never forget you guys

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

Semarang, Januari 2009

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Skripsi.....	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah.....	9
1.3. Pembatasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian	11
1.5. Manfaat Penelitian	11
1.6. Sistematika Penulisan	12

BAB II	LANDASAN TEORI.....	14
2.1.	Tinjauan Pustaka	14
2.1.1.	Pengertian Kualitas	14
2.1.2.	Harga	16
2.1.3.	Promosi	17
2.1.4.	Distribusi	20
2.1.5.	Loyalitas Konsumen	22
2.2.	Kerangka Pikir	30
2.3.	Definisi Operasional	32
2.4.	Hipotesis.....	33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1.	Lokasi Penelitian	35
3.2.	Populasi	35
3.3.	Sampel	36
3.4.	Data yang Dipergunakan	36
3.5.	Metode Pengumpulan Data	37
3.6.	Validitas Dan Reliabilitas	37
3.6.1.	Validitas	37
3.6.2.	Reliabilitas.....	38
3.7.	Skala Pengukuran	40
3.8.	Metode Analisis Data	40
1.	Uji Signifikansi Parameter Individual (uji statistik t)....	41
2.	Pengujian Koefisien Regresi secara Simultan (Uji-F)...	43

	3. Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
4.1.	Gambaran Umum	45
4.1.1.	Gambaran Umum Obyek Dan Lokasi Penelitian.....	45
4.1.2.	<i>Marketing Compliance</i> Dan Gambaran Umum Produk	45
1.	<i>Marketing Compliance</i>	45
2.	Gambaran Umum Produk	48
4.1.3.	Gambaran Umum Responden	50
1.	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Dan Angkatan	51
2.	Tanggapan Responden Terhadap Variabel	52
4.2.	Analisis Hasil Penelitian.....	57
4.2.1.	Analisis Regresi Linear Berganda.....	57
4.2.2.	Pengujian Hipotesis.....	59
4.3.	Implikasi Manajerial.....	61
BAB V	PENUTUP.....	62
5.1.	Kesimpulan	62
5.2.	Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Volume Penjualan Rokok Marlboro Periode 2001-2003 .	6
Tabel 1.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pada Rokok Marlboro.....	8
Tabel 3.1. Hasil Pengujian Validitas.....	38
Tabel 3.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	39
Tabel 4.1. Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia Dan Angkatan	51
Tabel 4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	52
Tabel 4.3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.4. Hasil Pengujian Hipotesis	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Volume Penjualan Rokok Marlboro Periode 2001-2003	7
Gambar 2.1. Kerangka Pikir Penelitian.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	KUESIONER
LAMPIRAN 2	TABULASI DATA
LAMPIRAN 3	VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN 4	TABEL STATISTIK
LAMPIRAN 5	DISTRIBUSI FREKUENSI
LAMPIRAN 6	REGRESI LINIER BERGANDA
LAMPIRAN 7	IDENTITAS RESPONDEN
LAMPIRAN 8	BUKU KONSULTASI SKRIPSI