
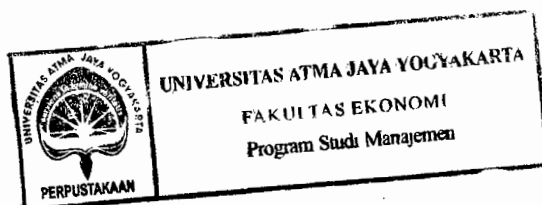


consumer behavior

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	MENYERAHKAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	23 MAY 2007
Inventoryisasi	3215/EM/Hd.5/2007
Klasifikasi	: Rf 658.8342 Her 05
Selesai Diproses :	



**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT PELAYANAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun oleh :

HERY SETIAWAN

NPM : 96 03 09216

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

JULI, 2005

SKRIPSI

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT PELAYANAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA**

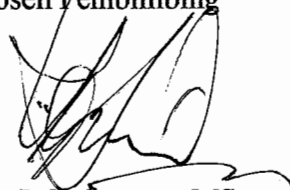
Disusun oleh :

HERY SETIAWAN

NPM : 96 03 09216

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Drs. J. Sudarsono, MS

tanggal 1 Juni 2005

SKRIPSI

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT PELAYANAN DI TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

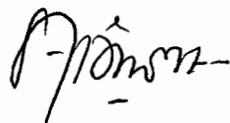
HERY SETIAWAN

NPM : 96 03 09216

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 2 Juli 2005 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Susunan Panitia Penguji :

Ketua Panitia Penguji



J. Ellyawaty, DRA., MM.

Anggota Panitia Penguji

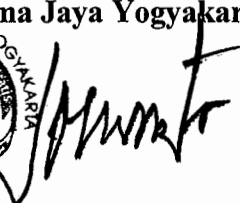


Drs. J. Sudarsono, MS



AM. Rosa Widjojo, DRA., MBA

Yogyakarta, 2 Juli 2005
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. FX. Suwanto, MS

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT PELAYANAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA”**

benar-benar hasil karya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan, baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut/catatan kaki/daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 1 Juni 2005
Yang menyatakan



Hery Setiawan

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha pengasih dan penyayang atas rahmat dan kasih karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan ini dapat diselesaikan dengan tidak terlepas dari berbagai pihak yang telah membantu menyumbangkan waktu, tenaga dan pikiran dari permulaan sampai selesainya skripsi ini. Untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati, menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. J. Sudarsono, MS., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dengan penuh perhatian dan kesabaran dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. FX. Suwanto, MS., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Semua Bapak dan Ibu Dosen yang telah membekali ilmu pengetahuan yang tidak ternilai harganya kepada penulis selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Staf non edukatif Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Semua responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner guna melengkapi data yang penulis perlukan.

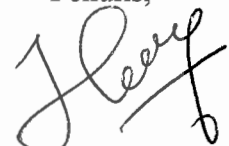
6. Papa, mama, kakak, dan adikku yang selalu memberikan semangat dan dukungan doa yang tidak ternilai demi keberhasilan studi penulis.
7. Saudara-saudaraku semuanya yang telah memberikan dukungan yang begitu besar dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Teman-temanku semuanya yang disini tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Tuhan senantiasa melimpahkan rahmat dan berkat-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.

Akhir kata, terima kasih atas segala dukungan dan perhatiannya kepada semua pihak yang telah ikut serta dalam penyelesaian skripsi ini.

Yogyakarta, Juni 2005

Penulis,



Hery Setiawan

MOTTO

*“Seorang sahabat menaruh kasih setiap waktu,
dan menjadi seorang saudara dalam kesukaran”.*

(Amsal 17:17)

*“Tuhan menyediakan pertolongan bagi orang yang jujur,
menjadi perisai bagi orang yang tidak bercela lakunya”.*

(Amsal 2:17)

*“Janganlah kamu kalah terhadap kejahatan,
tetapi kalahkanlah kejahatan dengan kebaikan !”.*

(Roma 12:21)

*“Ingat, dengan perjuangan dan tekad yang bulat
rintangan yang sebesar apapun akan mudah kita hadapi”.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
INTISARI	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.5.1. Bagi Perusahaan	6
1.5.2. Bagi Penulis	6
1.5.3. Bagi Pihak Lain	6
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metode Penelitian	7

1.7.1. Metode Pengambilan Sampel	7
1.7.2. Metode Pengumpulan Data	8
1.7.3. Metode Pengukuran Data	8
1.7.4. Metode Pengujian Instrumen	11
1.8. Metode Analisis Data	13
1.9. Sistematika Penulisan	18
BAB II. LANDASAN TEORI	20
2.1. Pengertian Pemasaran	20
2.2. Konsep dan Falsafah Pemasaran	22
2.2.1. Konsep Pemasaran	23
2.2.2. Falsafah Manajemen Pemasaran	24
2.3. Sikap dan Perilaku Konsumen	25
2.3.1. Komponen Sikap	26
2.3.2. Pengertian Perilaku Konsumen	28
2.3.3. Variabel-Variabel dalam Mempelajari Perilaku Konsumen	29
2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	30
2.4.1. Kekuatan Sosial Budaya	30
2.4.2. Kekuatan Faktor Psikologis	33
2.5. Falsafah Sukses dalam Menjual	35
2.6. Proses Keputusan Membeli	35
2.6.1. Pengenalan Masalah	35
2.6.2. Pencarian Informasi	35

2.6.3. Penilaian Alternatif	36
2.6.4. Keputusan Membeli	36
2.65. Perilaku Setelah Membeli	37
2.7. Important – Performance Analysis	37
2.8. Mengelola Jasa, Pendukung Produk	37
BAB III. ANALISIS DATA	39
3.1. Penjelasan Proses Analisis Data	39
3.2. Pengujian Kesahihan dan Keandalan Kuesioner	40
3.2.1. Uji Validitas	40
3.2.2. Uji Reliabilitas	41
3.3. Analisis Data	43
3.3.1. Analisis Persentase	43
3.3.2. Uji One Sample T-test	47
3.3.3. Uji Independent Sample T-test Pada Karakteristik Jenis Kelamin	53
3.3.4. Uji One Way Anova Pada Karakteristik Selain Jenis Kelamin	55
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	65
4.1. Kesimpulan	65
4.2. Saran	69

DAFTAR PUSTAKA

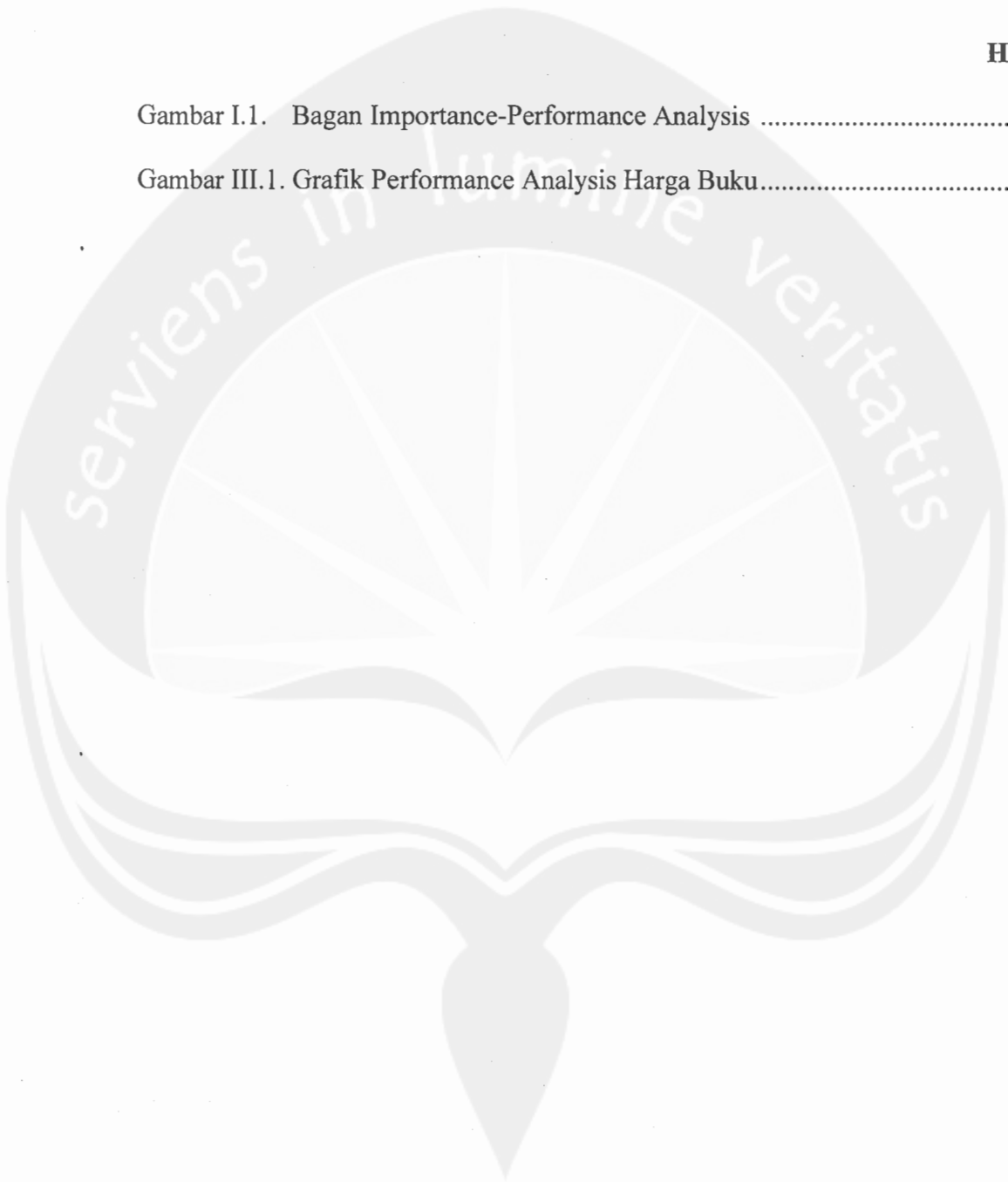
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1. Validitas	40
Tabel III.2. Reliabilitas	42
Tabel III.3. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel III.4. Persentase Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel III.5. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	44
Tabel III.6. Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Yang Sedang/Telah Ditempuh	45
Tabel III.7. Persentase Responden Berdasarkan Jarak Rumah Konsumen Dengan Toko Buku Gramedia Jalan Jenderal Sudirman Yogyakarta	45
Tabel III.8. Persentase Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Toko Buku Gramedia Jalan Jenderal Sudirman Yogyakarta	46
Tabel III.9. Persentase Responden Berdasarkan Buku yang Paling Sering Dicari/Dibeli di Toko Buku Gramedia Jalan Jenderal Sudirman Yogyakarta	46

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1. Bagan Importance-Performance Analysis	10
Gambar III.1. Grafik Performance Analysis Harga Buku.....	50



**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ATRIBUT-ATRIBUT PELAYANAN DI
TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA**

Disusun oleh :
HERY SETIAWAN
NPM : 96 03 09216

Dosen Pembimbing: Drs. J. Sudarsono, MS

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: 1) apakah atribut pelayanan di toko buku Gramedia yang oleh konsumen dipersepsikan sebagai atribut yang penting memiliki kinerja yang memuaskan, 2) apakah terdapat perbedaan konsumen atas tingkat penting dan kinerja atribut-atribut pelayanan di toko buku Gramedia jika ditinjau dari perbedaan jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, frekuensi kunjungan, ragam buku yang dicari, dan jarak rumah tempat tinggal konsumen dengan toko buku Gramedia Jalan Jenderal Sudirman Yogyakarta.

Metode Analisis yang digunakan dalam riset ini adalah Analisis Persentase, Analisis One Sample T-test, Analisis Independen Sample T-test, dan Analisis Oneway Anova.

Ada tiga temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini: 1) adanya ketidaksesuaian harapan konsumen dengan kinerja atribut harga buku, 2) adanya ketidaksesuaian harapan konsumen dengan kinerja atribut kecekatan pramuniaga dan keramahan pelayanan, 3) adanya ketidaksesuaian harapan konsumen dengan kinerja atribut kenyamanan dalam berbelanja.

Kata Kunci: persepsi, arti penting, *performance*, dan persepsi total.