



Consumer Behavior

 PERPUSTAKAAN	MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Diterima	05 JUN 2007
Inventarisasi	3338/EM/Hd.6/2007
Klasifikasi	: Rf 650.8342 Rob 06
Selanjut Diproses:	

 PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FACULTY OF ECONOMICS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
---	---

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS*
PADA MIROTA KAMPUS BABARSARI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

ROBBY

NPM : 99 03 11936

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

SEPTEMBER, 2006

SKRIPSI

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS*
PADA MIROTA KAMPUS BABARSARI YOGYAKARTA**

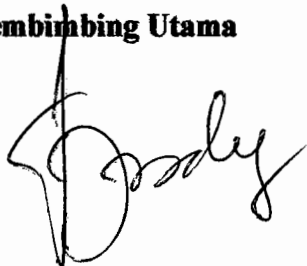
Disusun Oleh:

ROBBY

NPM 99 03 11936

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



(Drs. Dedy Handrimurtjahjo, MBM)

Tanggal, 14 Agustus 2006

SKRIPSI

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS* PADA MIROTA KAMPUS BABARSARI YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

ROBBY

NPM : 99 03 11936

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 2 September 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

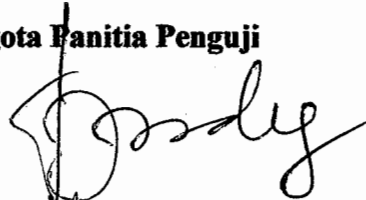
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Budi Suprpto, DR., MBA

Anggota Panitia Penguji



A. Dedy Handrimurtjahjo, DRS., MBM



C. Jarot Priyogutomo, DRS., MBA

Yogyakarta, 2 September 2006

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Dr. R. Maryatno, MA

PERNYATAAN

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

PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE*

***INTENTIONS* PADA MIROTA KAMPUS BABARSARI**

YOGYAKARTA

Benar-benar hasil karya saya 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 dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Agustus 2006

Yang menyatakan



Robby

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menjadi sumber kekuatan dan keselamatan serta untuk kasih setia dan karunia-Nya yang tiada berkesudahan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, yang disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Di dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang dengan sabar dan tulus memberikan bantuan dan dorongan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan sepenuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kasih setia, karunia, kekuatan, harapan, sukacita dan damai sejahtera sehingga anak-Mu ini dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi yang tiada sempurna ini kupersembahkan hanya demi kemuliaan nama-Mu.
2. Bapak Drs. Dedy Handrimurtjahjo, MBM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dengan sabar serta memberikan berbagai saran, nasihat, dan kritik yang membangun dalam penulisan skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.
3. Dosen- dosen FE UAJY yang telah memberikan ilmu selama penulis menuntut ilmu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

4. Kedua orang tua, Almarhum Papa dan Mama yang tercinta, atas doa, semangat, bantuan moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Adik adikku Willy dan Vanny terimakasih atas dorongan dan semangatnya untuk cepet selesai kuliah.
6. “My heart” yang tak jemu-jemu memberiku semangat, inspirasi dan motivasi.
7. Saudara- saudaraku yang ada di Cirebon yang terus menanyakan kapan selesai kuliah.
8. Teman-teman seperjuangan kuliah di Atma Jaya, Edwin, Lala, Ronny, Adi, Erwin, Wahyu, semuanya Peace Coy! Teman-teman KKN, Purnomo, Helmi, Tinus, Seno, Yessy, Irene, dan Vie2 yang telah bersama- sama selama sebulan di Sanglor 2. Serta teman-teman mainku di Yogya Pandi, Jonathan, Nego, Ingun, Vino dan Mantri.
9. Temen temen yang ada di Cirebon dan mantan anak- anak UKSW Hendrik Sugiarto, Dudi, Siswanto dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan terimakasih atas dorongannya dan tempat mainnya di Salatiga.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan fasilitas serta saran dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masih banyak kekurangan karena terbatasnya kemampuan, pengalaman, dan pengetahuan yang dimiliki. Karena itu dengan rendah hati penulis bersedia menerima segala kritik

dan saran yang berguna. Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi Berkat dan Kasih sayang yang melimpah untuk membalas kebaikan Bapak, Ibu dan rekan-rekan sekalian.

Yogyakarta, Agustus 2006

ROBBY



Motto dan Persembahan

“ Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginan kepada Allah dalam doa dan ucapan syukur”

(Filipi 4 : 6)

“ Jika seseorang melangkah dengan mantap kearah yang diangkannya dan berusaha keras untuk hidup seperti apa yang ia bayangkan, ia akan memperoleh sukses yang tidak pernah terpikir olehnya”

(Toreau)

“ Tempat berbahagia itu disini, waktu untuk berbahagia itu kini, cara untuk berbahagialah untuk membuat orang lain berbahagia”

(Robert G Ingersel)

Kupersembahkan kepada:

Tuhan Yesus Kristus Sang Juru Selamat Sejati

Mamaku yang tercinta

Adik-adikku tersayang

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.6. Hipotesis.....	8
1.7. Metodologi Penelitian.....	9
1.7.1. Tempat Penelitian.....	9

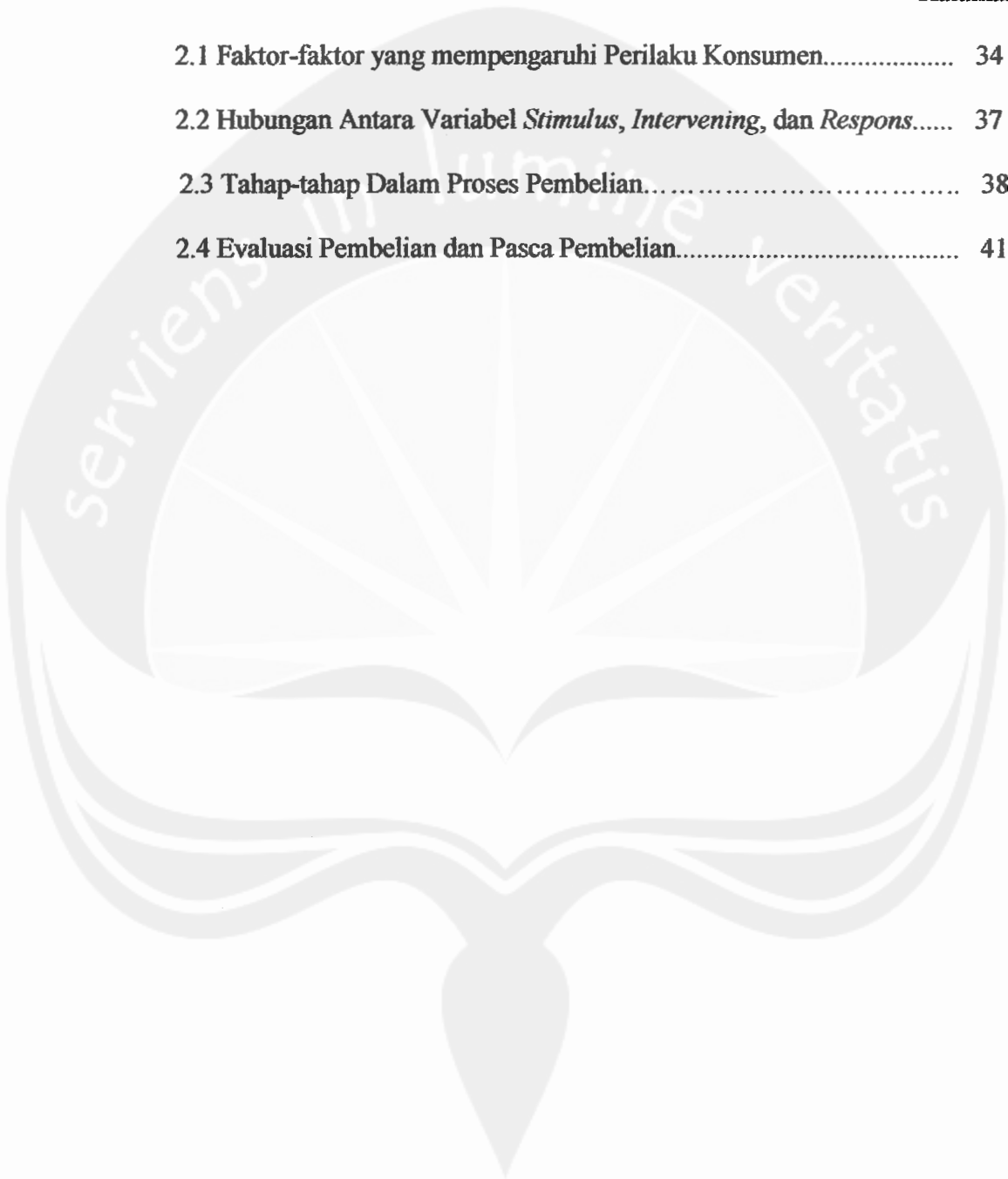
1.7.2. Populasi dan Sampel.....	9
1.7.3. Metode Pengambilan Sampel.....	9
1.7.4. Metode Pengumpulan Data.....	10
1.7.5. Teknik Pengujian Instrumen.....	12
1.7.5.1. Pengujian Validitas.....	12
1.7.5.2. Pengujian Reliabilitas.....	13
1.7.6. Metode Analisis Data.....	14
1.7.6.1. Analisis Persentase.....	14
1.7.6.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	15
1.7.6.3. Uji t test.....	16
1.7.6.4. Uji f test.....	17
1.8. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II. LANDASAN TEORI.....	20
2.1. Pengertian Pemasaran.....	20
2.2. Filosofi Manajemen Pemasaran.....	21
2.3. Pengertian Bauran Pemasaran / <i>Marketing Mix</i>	22
2.4. Bisnis Eceran.....	26
2.4.1. Definisi dan Fungsi Bisnis Eceran.....	26
2.4.2. Fungsi Bisnis Eceran dalam Distribusi.....	26
2.4.3. Karakteristik Bisnis Eceran.....	27
2.4.4. Strategi Bisnis Eceran.....	28
2.4.5. Tipe Pengecer Menurut Lebar dan Dalamnya	
Jenis Produk yang Dijual.....	29

2.5. Perilaku Konsumen.....	31
2.5.1. Definisi Perilaku Konsumen.....	31
2.5.2. Konsep Perilaku Konsumen.....	32
2.5.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
2.5.4. Variabel-Variabel Perilaku Konsumen.....	37
2.5.5. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian.....	38
2.6. Pengertian <i>Service quality</i>	40
2.7. Konsep <i>Purchase Intention</i>	41
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1. Populasi dan Sampel	43
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	44
3.3. Metode Pengukuran Data.....	45
3.4. Metode Pengujian Instrumen.....	46
3.4.1. Pengujian Validitas.....	46
3.4.2. Pengujian Reliabilitas.....	48
3.5. Metode Analisis Data.....	49
3.5.1. Analisis Pesentase.....	49
3.5.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
3.5.3. Uji t test.....	50
3.5.4. Uji f test.....	52
BAB IV. ANALISIS DATA.....	54
4.1. Pengujian Instrumen.....	54

4.1.1. Pengujian Validitas.....	54
4.1.2. Pengujian Reliabilitas.....	56
4.2. Analisis Data.....	56
4.2.1. Analisis Persentase.....	56
4.2.2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
4.2.3. Uji t test.....	63
4.2.4. Uji f test.....	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	34
2.2 Hubungan Antara Variabel <i>Stimulus</i> , <i>Intervening</i> , dan <i>Respons</i>	37
2.3 Tahap-tahap Dalam Proses Pembelian.....	38
2.4 Evaluasi Pembelian dan Pasca Pembelian.....	41



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Pengujian Validitas Kuisisioner

Tabel 4.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner

Tabel 4.3 Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.4 Pengelompokan responden berdasarkan usia

Tabel 4.5 Pengelompokan responden berdasarkan tingkat pendapatan perbulan

Tabel 4.6 Pengelompokan responden berdasarkan berapa kali selama sebulan
berbelanja di Mirota Kampus Babarsari

Tabel 4.7 Nilai koefisien regresi

Tabel 4.8 Tabel nilai t variabel independen

Tabel 4.9 Nilai uji F

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	: KUISIONER
LAMPIRAN II	: DATA MENTAH UNTUK PENGUJIAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS
LAMPIRAN III	: ANALISIS VALIDITAS DAN ANALISIS RELIABILITAS
LAMPIRAN IV	: ANALISIS PERSENTASE
LAMPIRAN V	: ANALISIS REGRESI BERGANDA, UJI – F DAN UJI - T
LAMPIRAN VI	: TABEL – T, TABEL – F, DAN TABEL - R

**“ PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *PURCHASE INTENTIONS* PADA MIROTA KAMPUS BABARSARI
YOGYAKARTA ”**

Disusun Oleh :

Nama : Robby

NPM : 99 03 11936

Dosen Pembimbing:

Drs.Dedy Handrimurtjahjo, MBM

Intisari

Penelitian ini akan dilakukan pada bidang usaha retail yaitu usaha supermarket, mengingat supermarket merupakan salah satu usaha jasa yang harus selalu menyesuaikan layanannya sesuai dengan perubahan lingkungan yang terjadi, asumsi yang selama ini digunakan publik, yaitu yang dimaksud bisnis *retail* adalah bisnis eceran makanan dan minuman, yang lebih sering disebut sebagai supermarket, dan *non-food*, yang di sini sering disebut sebagai *department store*.

Penelitian ini hendak menganalisa pengaruh *service quality*, konsep *service quality* terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* (Parasuraman, et. Al, 1988) terhadap *purchase intentions* (minat beli). Dan rumusan masalah adalah sebagai berikut: Seberapa besar pengaruh *service quality* secara sendiri-sendiri maupun secara bersama-sama terhadap *purchase intentions*.

Dalam kaitan dengan penelitian yang dilakukan, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut : (1) dimensi *tangibles* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*, (2) dimensi *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*, (3) dimensi *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*, (4) dimensi *assurance* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*, (5) dimensi *empathy* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*. (6) dimensi *service quality perception* (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*.

Sampel dan populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja dalam satu bulan minimal 3 kali dan mengambil sampel mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan pertimbangan karena letak toko Mirota kampus Babarsari dekat dengan kampus Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini adalah (1) Dimensi *service quality perception* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara sendiri-sendiri/ parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*, (2) Dimensi *service quality perception* (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy*) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intentions*.

Kata kunci : *service quality perception, purchase intentions* (minat beli).

