

**STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBUAT
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANJING RAS DI *KENNEL D.I*
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Heni Susanti

120319922

Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2018

SKRIPSI

STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN
DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN
ANJING RAS DI *KENNEL* D.I YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Heni Susanti

12 03 19922

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si.

Tanggal 5 September 2018

Skripsi

**STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBUAT
KEPUTUSAN PEMBELIAN ANJING RAS DI KENNEL D.I YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Heni Susanti

NPM: 12 03 19922

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 2 Oktober 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi
(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Prof. Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomp, MBA.



Nadia Nila Sari, SE., MBA.

Yogyakarta, 22 Oktober 2018

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

**FAKULTAS
EKONOMI**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

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

“STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ANJING RAS DI *KENNEL* D.I YOGYAKARTA”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan Skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun data penelitian yang tercantum sebagai bagian dari Skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 1 September 2018

Yang Menyatakan,
HENI SUSANTI



NPM: 12 03 19922

KATA PENGANTAR

“Akhirnya Selesai!” adalah kata pertama yang ingin diucapkan penulis setelah mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, rahmat, kasih, dan bimbingan-Nya yang telah diberikan kepada penulis dalam pembuatan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun pada akhirnya dapat melaluinya berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun spiritual. Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

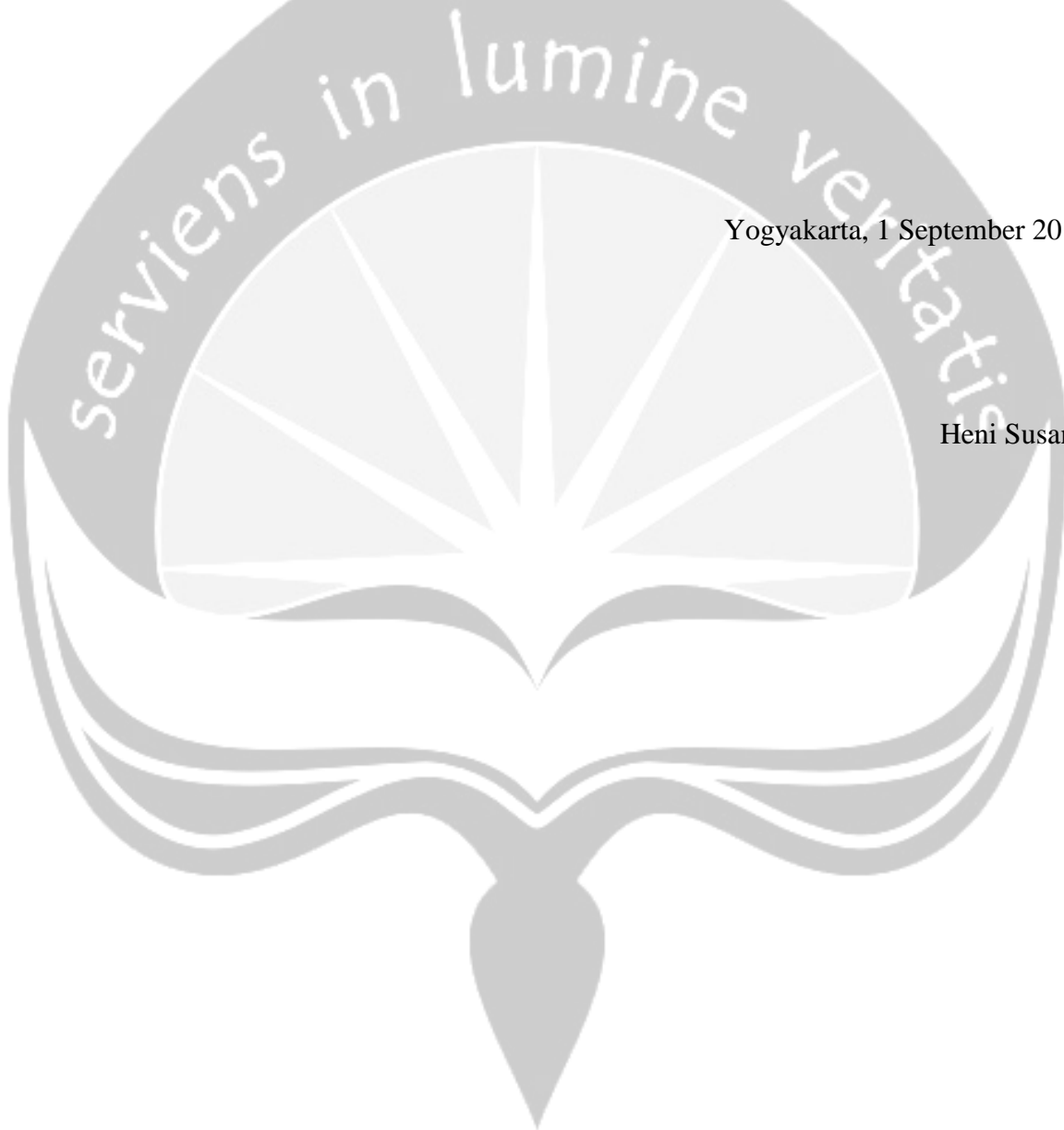
1. Tuhan Yesus Kristus atas semua berkah dan rahmat yang diberikan pada penulis sampai saat ini.
2. Papa-Mama, dan sanak saudara di Lampung yang selalu mendukung dan mendoakan dalam pengerjaan penelitian ini (terimakasih dan maaf sudah bersedia menunggu lama untuk menunggu “moment” ini)
3. Ibu Prof. Dr. Shellyana Junaedi, M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing, mendampingi, dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan amat sangat sabar,
4. Hilarius Yogi Agung Anindito, yang selalu memberi dukungan dan doa luar biasa dari mulai awal pengerjaan skripsi sampai akhir
5. Para dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi yang telah mendidik dan memberi pengajaran pada penulis dengan tulus.
6. Nafira Toma Wijaya terimakasih untuk dukungan dan semangat dalam pengerjaan skripsi.
7. Anjing-anjingku tersayang , Qibo, Cherly, Unagi, Yiyi, Chatlen. Dan Bolt yang sudah mau menemaniku dan menghibur dalam proses pengerjaan skripsi

8. Seluruh Klub anjing di D.I Yogyakarta (KSHI, GRCl, GSHJ, PCY, ROTJOG, PERKIN) dan seluruh responden yang tidak dapat disebutkan satu persatu karena keterbatasan yang dimiliki penulis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak penjual anjing di kennel D.I Yogyakarta khususnya. Dan juga bermanfaat bagi teman teman di Atma Jaya sehingga nantinya dapat menjadi inspirasi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 1 September 2018

Heni Susanti



Memulai dengan penuh keyakinan

Menjalankan dengan penuh keikhlasan

Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan





Penelitian ini dipersembahkan untuk semua para *dog lovers*
dan para *breeder* yang sedang berjuang meningkatkan
kepopuleran anjing ras di *kennel* D.I Yogyakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
INTISARI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Segmentasi Demografi	8
2.2 Perilaku Pembelian Konsumen.....	12
2.3 Bauran Pemasaran	
2.3.1 Harga (<i>Price</i>).....	15
2.3.2 Tempat (<i>Place</i>)	16
2.3.3 Promosi (<i>Promotion</i>)	17
2.3.4 Produk (<i>Product</i>)	18
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	20
2.4.1 Jenis kelamin.....	20
2.4.2 Usia.....	20
2.4.3 Pendapatan.....	21
2.4.4 pendidikan terakhir.....	21
2.4.5 Perilaku Konsumen.....	22
2.4.6 Bauran Pemasaran.....	23
2.5 Model Penelitian.....	24

BAB III	METODE PENELITIAN	
	3.1 Objek Penelitian.....	25
	3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	25
	3.3 Populasi dan Sampel.....	25
	3.3.1 Populasi.....	25
	3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	25
	3.4 Metode Pengumpulan Data.....	26
	3.5 Definisi Operasional.....	27
	3.6 Metode Analisis.....	28
BAB IV	ANALISIS PEMBAHASAN HASIL	
	4.1. Profil Responden	29
	4.2 Faktor Demografi.....	30
	4.3 Informasi Pribadi.....	33
	4.4 Informasi Perilaku Konsumen.....	37
	4.5 Keputusan Pembelian.....	46
	4.6. Analisis Data.....	47
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		
	5.1 Kesimpulan.....	75
	5.2 Implikasi Manajerial.....	78
	5.3 Keterbatasan Penelitian & Saran.....	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

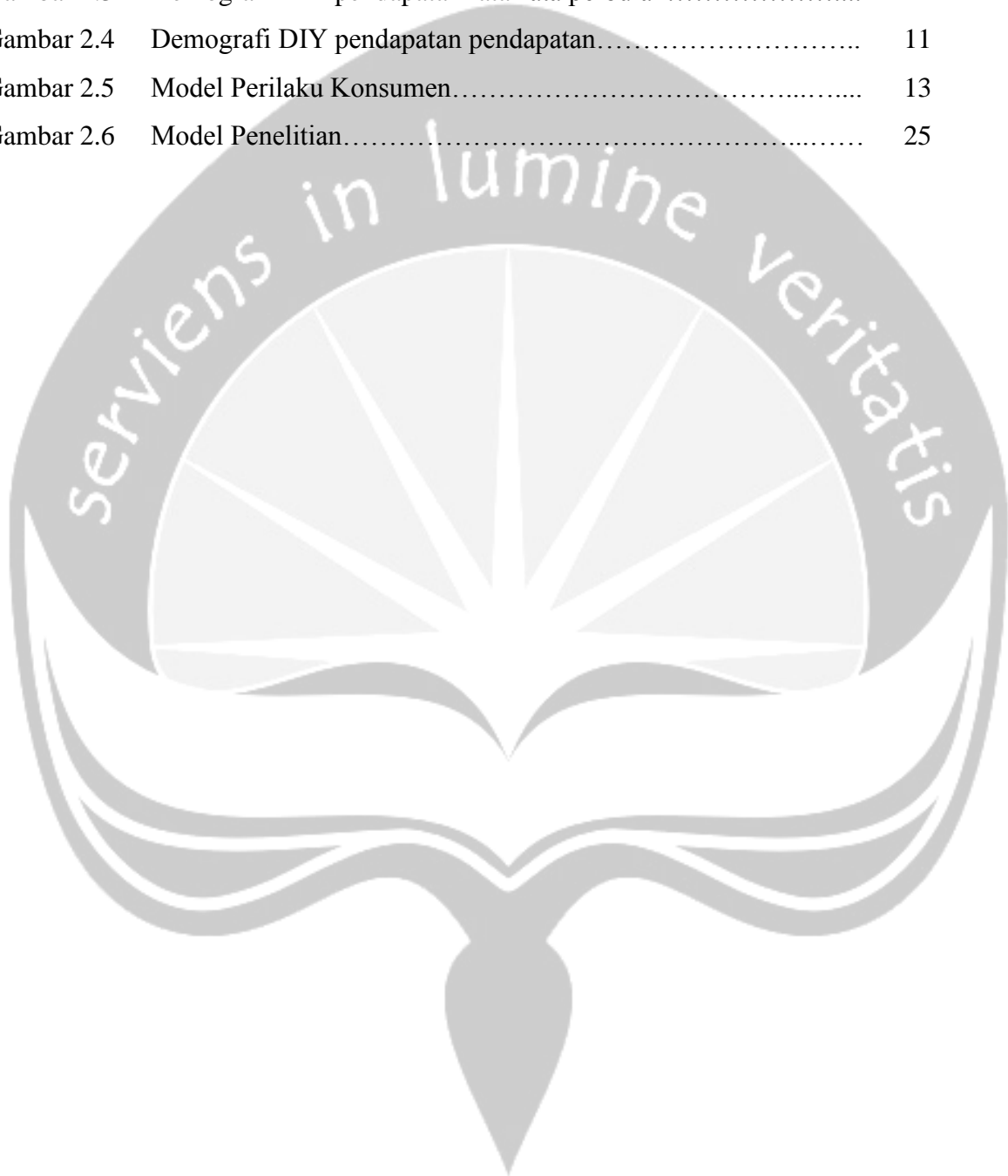
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	28
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan usia.....	31
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	32
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan pendapatan perbulan.....	32
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan pendidikan terakhir.....	33
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan jumlah anjing yang dimiliki.....	34
Tabel 4.6	Responden Berdasarkan manfaat membeli anjing.....	35
Tabel 4.7	Responden Berdasarkan umur anjing yang dibeli.....	36
Tabel 4.8	Responden Berdasarkan umur anjing yang dibeli.....	37
Tabel 4.9	Responden Berdasarkan jenis anjing yang dipilih.....	38
Tabel 4.10	Responden Berdasarkan alasan memilih anjing.....	39
Tabel 4.11	Responden Berdasarkan tujuan membeli.....	40
Tabel 4.12	Responden Berdasarkan banyaknya anjing yang dibeli.....	41
Tabel 4.13	Responden Berdasarkan kriteria memilih kennel.....	42
Tabel 4.14	Responden Berdasarkan frekuensi pembelian.....	43
Tabel 4.15	Responden Berdasarkan mengetahui tentang kennel.....	44
Tabel 4.16	Responden Berdasarkan faktor tidak membeli anjing.....	45
Tabel 4.17	Responden Berdasarkan jumlah dana untuk anjing.....	46
Tabel 4.18	Responden Berdasarkan alasan memutuskan membeli.....	47
Tabel 4.19	Hasil Analisis faktor demografi (jenis kelamin) dan keputusan pembelian.....	48
Tabel 4.20	Hasil Analisis faktor demografi (usia) dan keputusan pembelian.....	55
Tabel 4.21	Hasil Analisis faktor demografi (pendapatan) dan keputusan pembelian.....	62

Tabel 4.22	Hasil Analisis faktor demografi (pendidikan) dan keputusan pembelian.....	70
Tabel 4.23	Perbedaan antara Faktor Perilaku Konsumen dan Konsumen Keputusan Pembelian.....	78
Tabel 4.24	Faktor bauran pemasaran tentang keputusan pembelian anjing.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Demografi DIY pendapatan jenis kelamin.....	9
Gambar 2.2	Demografi DIY pendapatan usia.....	10
Gambar 2.3	Demografi DIY pendapatan rata-rata perbulan.....	11
Gambar 2.4	Demografi DIY pendapatan pendapatan.....	11
Gambar 2.5	Model Perilaku Konsumen.....	13
Gambar 2.6	Model Penelitian.....	25



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian
Lampiran 2 : Uji *Independent Sample T-test*
Lampiran 3 : Uji *One Way Anova*
Lampiran 4 : Uji Regresi



STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ANJING RAS DI KENNEL D.I YOGYAKARTA

Disusun Oleh:

Heni Susanti

NPM: 12 03 19922

Pembimbing Utama

Prof.Dr.M.F.Shellyana Junaedi,SE.,M.Si.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi pembelian anjing di *kennel* D.I Yogyakarta, kemudian melakukan pengujian hipotesis, dengan faktor demografi yang terdiri dari sub variabel usia, jenis kelamin, pendapatan perbulan, dan pendidikan terakhir. Variabel antecedent bauran pemasaran juga menjadi ukuran tolak ukur faktor yang mempengaruhi, yaitu beberapa faktornya adalah keberagaman jenis anjing trah, kualitas dari anjing, pelayanan dari *breeder*, tempat *kennel* yang nyaman, tempat *kennel* yang bersih, harga, penawaran promosi-diskon, iklan, tempat parkir, jarak *kennel* anjing, penawaran premium, warna bulu, ukuran tubuh anjing, anatomi anjing, kepopuleran *kennel*, *kennel* juara di ajang *dogshow*.

Hasil yang diperoleh antara lain pertama, adanya perbedaan keputusan pembelian antara faktor jenis kelamin perempuan dan laki-laki, usia, pendapatan, dan pendidikan, kedua tidak terdapat perbedaan antara faktor frekuensi pembelian anjing oleh konsumen terhadap keputusan pembelian anjing, ketiga dengan adanya variable *antecedent* bauran pemasaran, ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dilihat dari garis besar 4P (*Price, Place, promotion, product*).

Kata Kunci: Consumer Behavior, pet retail Buisness, Purchasing Decision, Retailing