

TIPOLOGI KONSUMEN PEMBELI TOKO DISKON DI YOGYAKARTA

(Studi Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)

SKRIPSI

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



Disusun oleh :

Alfonzo Loru Koba

NPM : 05 03 15908

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

SKRIPSI

**TIPOLOGI KONSUMEN PEMBELI TOKO DISKON
DI YOGYAKARTA**

(Studi Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)

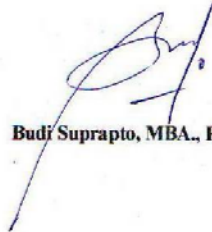
Disusun oleh :

Alfonzo Loru Koba

NPM : 05 03 15908

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal 4 November 2010

SKRIPSI

**TIPOLOGI KONSUMEN PEMBELI TOKO DISKON
DI YOGYAKARTA**

(Studi Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Alfonzo Loru Koba

NPM : 05 03 15908

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 13 Desember 2010

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

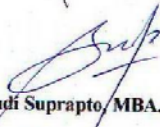


Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.

Anggota Panitia Penguji

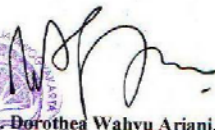
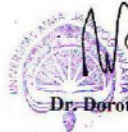


A.M. Rosa Widjojo, Dra., MBA.



Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 13 Desember 2010
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. Dorothea Wahyu Ariani, MT.

FAKULTAS
EKONOMI

iii

PERNYATAAN

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

**TIPOLOGI KONSUMEN PEMBELI TOKO DISKON DI
YOGYAKARTA**
(Studi Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung 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 ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, November 2010

Yang menyatakan



Alfonzo Loru Koba

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berkenan membantu dalam penelitian ini. Karena atas bantuannya baik berupa ide, gagasan, materi maupun bantuan berupa spirit mampu mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian dengan baik. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas kasih dan semua berkat yang diberikan kepada penulis dalam menuntun pembuatan skripsi sampai saat ini.
2. Papa dan Mama tercinta, yang sudah banyak berkorban dan selalu memberikan dukungan baik doa maupun motivasi tanpa henti dan selalu meyakinkan saya bahwa saya bisa menyelesaikan studi ini.
3. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah membantu dalam penyusunan skripsi ini
4. Para dosen, staf pengajaran, dan semua civitas akademika Universitas Atma Jaya Yogyakarta
5. Kakak dan Adikku tercinta, Angela Loru Koba dan Anggreyni Jeanette Loru Koba terima kasih atas dukungan kalian hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Teman-teman seperjuangan dan sahabat-sahabat ku : Stephen, Maria, Tita, Lulu, Anto, Kak Tomas, Ivana, Ifet, Raditya, Osmond, Denny, Silaban bersaudara, Indra Manurung, Martina Silalahi, Rido Siregar, Romi, Agus Surya, Edo Patola, Bang Ony, Hendrik, Kenny , Mas Vincent, Mas Antok, Rocky, Moniqe, Bimbi dan teman-teman lainnya yang selalu mendukung dan memberikan doa.
7. Keluarga besar Anggellies , Keluarga besar Loru Koba, yang sudah mendoakan dan memberikan perhatian kepada saya.
8. *Special Thanks for my heart* Dina Ayu yang selalu memberikan *support* secara langsung maupun tidak langsung dan menjadi penyemangat dengan senyum dan tawa setiap hari dalam pembuatan skripsi ini .
9. Semua pihak yang tidak kalah penting yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu penyelesaian skripsi ini

Akhir kata semoga Tuhan Yang Maha Kuasa Berkenan memberikan berkat kepada kita semua dan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan teman-teman semua.

Yogyakarta, November 2010

Penulis

Alfonzo Loru Koba

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Belajar dari kegagalan dan kesalahan agar menjadi lebih baik karena kesempurnaan itu tidak ada"

serviens in lumine veritatis

Kupersembahkan Kepada :

- Tuhan Yesus Juruselamatku
- Bunda Maria Pelindungku
- Papa dan Mama Tercinta
- Saudara-saudaraku dan sahabat-sahabatku

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto Dan Persembahan	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Intisari	xiii
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Sistematika Penulisan	7
BAB II Landasan Teori	9
2.1. Perilaku Konsumen	9
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.1.2. Model Perilaku Konsumen	10
2.1.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen	11
2.1.4. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	12
2.1.5. Evaluasi Alternatif dan Keputusan Pembelian	15
2.1.6. Tipe-Tipe Keputusan Pembelian	15

2.2. Motivasi Belanja Konsumen.....	20
2.3. Atribut Toko.....	23
2.4. Dampak Dari Kegiatan Belanja (<i>Outcomes</i>).....	25
2.5. Tipologi	25
2.6. Hipotesis	29
 BAB III Metode Penelitian	 30
3.1. Bentuk dan Lokasi Penelitian	30
3.2. Populasi dan Metode Pengambilan Sampel	30
3.3. Metode Pengumpulan Data	31
3.4. Metode Pengukuran Data	32
3.5. Teknik Pengujian Intrumen	32
3.6. Metode Analisis Data	34
 BAB IV Analisis Data	 36
4.1. Penjelasan Penelitian	36
4.2. Pengujian Intrumen	36
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	39
4.4. Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Diskon Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	40
4.5. Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Toko Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	43
4.6. Perbedaan Tingkat Kesenangan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Diskon Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	49
 BAB V Penutup	 51
5.1. Kesimpulan	51
5.2. Implikasi Manajerial	53
 Daftar Pustaka	 57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	37
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.3. Karakteristik Demografi Responden.....	39
Tabel 4.4. Perbedaan Motivasi Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Diskon Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	41
Tabel 4.5. Perbedaan Penilaian Konsumen Terhadap Atribut Toko diskon Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	44
Tabel 4.6. Perbedaan Kesenangan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Diskon Berdasarkan Perbedaan Tipologi Konsumen	49

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen	11
Gambar 2.2. Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian	14
Gambar 2.3. Tahap Antara Evaluasi Alternatif Dan Keputusan Pembelian	15
Gambar 2.4. Empat Jenis Pengambilan Keputusan Beli	16
Gambar 2.5. Model Proses Motivasi	20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner
Lampiran	II	Validitas dan Reliabilitas
Lampiran	III	Analisis Presentase
Lampiran	IV	Analisis <i>One Way Anova</i> “Motivasi Belanja”
Lampiran	V	Analisis <i>One Way Anova</i> “Atribut Toko”
Lampiran	VI	Analisis <i>One Way Anova</i> “ <i>Level of Exitement</i> ”
Lampiran	VII	Data Jawaban Responden
Lampiran	VIII	Tabel Distribusi R

TIPOLOGI KONSUMEN PEMBELI TOKO DISKON DI YOGYAKARTA

(Studi Pada Konsumen Carrefour Plaza Ambarukmo Yogyakarta)

**Disusun oleh :
Alfonzo Loru Koba
NPM : 05 03 15908**

Pembimbing

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Intisari

Mempelajari perilaku konsumen saat berbelanja merupakan suatu hal yang penting untuk memnetukan strategi pemasaran yang akan digunakan dalam rangka meningkatkan kunjungan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan motivasi, penilaian dan tingkat kesenangan konsumen dalam beraktivitas (berbelanja) pada toko diskon (Carrefour) berdasarkan perbedaan tipologi konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan motivasi konsumen dalam berbelanja di toko diskon berdasarkan perbedaan tipologi konsumen, apakah terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap atribut toko diskon berdasarkan perbedaan tipologi konsumen dan apakah terdapat perbedaan tingkat kesenangan konsumen dalam berbelanja di toko diskon berdasarkan perbedaan tipologi konsumen.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang nyata bahwa, tipologi yang berbeda memberikan kontribusi yang berbeda terhadap motivasi, penilaian dan tingkat kesenangan konsumen dalam beraktivitas (berbelanja) pada toko diskon (Carrefour). Hasil analisis ini mengindikasikan bahwa pihak pemasar (Carrefour) harus dapat mengetahui bagaimana tipologi konsumen yang berbelanja di toko mereka dan menerapkan strategi pemasaran yang paling efektif berdasarkan pemahaman manajemen pada masing-masing tipologi konsumen yang bersangkutan.

Kata kunci : Motivasi Konsumen, Atribut Toko Diskon, Tingkat Kesenangan Konsumen dan Tipologi Konsumen.