

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP
PREFERENSI MEREK TOKO CARREFOUR**

SKRIPSI

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



Disusun Oleh :

LISTRINA WAHYUWIDIATRI

NPM : 05 03 15678

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
JANUARI 2010**

SKRIPSI

**PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP
PREFERENSI MEREK TOKO CARREFOUR**

Disusun Oleh :

LISTRINA WAHYUWIDIATRI

NIM : 05 03 15678

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



(Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.)

Tanggal, 15 Januari 2010

SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP PREFERENSI MEREK TOKO CARREFOUR

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

LISTRINA WAHYUWIDIATRI

NPM : 05 03 15678

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 15 Februari 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


(Drs. E. Kusumadmo, MM., Ph.D.)

Anggota Panitia Penguji


(Dr. C. Handoyo Wibisono, MM.)


(Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si.)

Yogyakarta, 15 Februari 2010

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


(Dr. Dorothea Wahyu Ariani., MT.)

PERNYATAAN

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

PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP PREFERENSI MEREK TOKO CARREFOUR

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik secara 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, 15 Januari 2010

Yang menyatakan,



Listrina Wahyuwidiatri

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **“PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP MEREK TOKO CARREFOUR”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis mendapatkan banyak dukungan dan bantuan serta motivasi dari berbagai pihak yang tidak dapat ternilai harganya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, bimbingan, serta pelayanan yang telah diberikan kepada penulis dengan segala ketulusan dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria, atas segala berkat, kasih, kekuatan, anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. MF. Shellyana Junaedi, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah berkenan membimbing, mendampingi, memberi masukan, pengetahuan baru dan menjadi tempat curhat juga. Terima kasih, bu, atas waktunya, sampai harus bimbingan di rumah heheee....
3. Bapak Drs. E.Kusumadmo, MM., Ph.D. dan Bapak Dr. C. Handoyo Wibisono, MM. selaku dosen penguji atas saran dan kritiknya yang membangun guna menyempurnakan skripsi ini.

4. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA selaku Kaprodi Manajemen yang banyak membantu selama ini, dari perkuliahan, berorganisasi dan banyak hal lainnya.
5. Orang tuaku tercinta, my dad Ir. Julius Wahjono dan my mom A. Widiyastuti yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, serta memberikan cinta, doa, pelajaran hidup yang tak adaandingannya. Terima kasih atas dukungan moril dan materiil yang luar biasa. Mom, dad, anakmu yang kadang cerewet, pendiem, super duper moody, tapi aslinya care banget sudah jadi sarjana lho...hixx hixx terharu,,, ☺ Hadiah ini untuk kalian dan suatu saat aku akan membalas semua yang telah kalian berikan kepadaku. I will do it.
6. Teruntuk adek, mas dan mbakku, serta seluruh saudara-saudaraku yang tersebar luas di mana saja,,akhirnya selesai juga nich skripsiku,,Makasih buat doa dan dukungan kalian.
7. Teruntuk Romo Ari, Rm. Xti, Rm. Danang, Fr. Deddy, and my best brother yang sudah memberi banyak support dan menjadi tempat sharing penulis. Mari kita makan-makan lagi dan bercerita banyak tentang kehidupan ini.
8. Cah-cah gembloenx Pondok Melati : MbK inge, MbK Pao, Milo, Mitonx, K' Mar, Anto, Deonx, Leni, Ivon, Ocha, Pooh, Wanta, Xtin buat kebersamaan kita sehari-hari di kos kita tercinta atas support kalian semua, serta bantuan kalian dalam skripsi ini.

9. Teman-teman seperjuangan skripsi : Kiki, Melita, Albert,,,aku sudah menyusul kalian lho walaupun aku maju sendiri tapi aku bisa,,,buat Nina, Anas, Herlin, Jojo, Ata, Bombo, ayo kalian pasti bisa dan dapat melakukan yang terbaik...Makasih ya teman atas bantuannya dan pengetahuan baru yang telah kita bagi bersama.
10. Teman-teman yang sudah menjadi guru privatku Lisa, Kiki, Anti, makasih ya sudah mengajariku. Terimakasih atas waktu kalian semua dan maaf sudah mengganggu waktu kalian...hehe...
11. Teman-teman HMPSM dari angkatan 2006-2007 dan kepengurusan angkatan 2007-2008...terimakasih atas kebersamaan yang telah kita lalui waktu dulu kala hingga sekarang. Dua tahun mengajarkanku untuk belajar hidup berorganisasi dengan ikhlas dan mengenal dunia luar.
12. Tante titung, om, anin, danur,,huhuuu makasih atas persaudaraan yang kita jalin,,makasih tan, sudah masak yang macem-macem hehee,,adek-adek yang nakal dan cerewet. ,Buat Dia yang sudah berbahagia bersama Bapa,,kau pasti tersenyum melihat hasilku ini.
13. Shinta, Mas Heri, Aryo, Fajar, Rio, dan Donny yang memberi banyak dukungan dan nasehat-nasehat dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk Rio,,ternyata kita betah ya di perpustakaan selama skripsi sampai perpustakaan tutup,,saling menemani dan memberi masukan dan kita lulus sama-sama yo,,, Buat Donny makasih buanget sudah memberiku banyak support, tawa dan tangis yang kita alami takkan terlupakan, dah banyak membantu dari awal hingga akhir skripsi ini.

14. Teman-teman KKN Padukuhan Turi : Prast, Nanin, Jo, Jimmy, Luther, Selvi, Yana atas kebersamaan dan kegilaan kita bersama-sama. Ga nyangka kita bisa sedekat ini. Buat ADPL Atenx yang sudah member penghiburan bagi kita semua. Ayo tenx,,susul kita.

15. Seluruh Responden yang telah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner skripsi saya.

16. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu kritik dan saran yang membangun senantiasa penulis nantikan agar dapat menjadi koreksi ilmiah di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap agar hasil pemikiran yang tertuang dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 15 Januari 2010

Listrina Wahyuwidiatri

MOTTO

Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.

Confusius

“Kamu adalah garam dunia. Jika garam itu menjadi tawar, dengan apakah ia diasinkan? Tidak ada lagi gunanya selain dibuang dan diinjak orang. Kamu adalah terang dunia. Kota yang terletak di atas gunung tidak mungkin tersembunyi.”

Matius 5:13-14

“Tuan, biarkanlah dia tumbuh tahun ini lagi, aku akan mencangkul tanah sekelilingnya dan memberi pupuk kepadanya, mungkin tahun depan ia berbuah; jika tidak, tebanglah dia!”

Lukas 13:8-9

I can not give you the formula for success, but I can give you the formula for failure, which are try, try and try

Herbert Bayard Swope

Istilah tidak ada waktu, jarang sekali merupakan alasan yang jujur, karena pada dasarnya kita semuanya memiliki waktu 24 jam yang sama setiap harinya. Yang perlu ditingkatkan ialah membagi waktu dengan lebih cermat.

George Downing

DEDIKASI

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

Tuhan Yesus Kristus,

Bunda Maria,

Papa, Mama, Adik, Kakakku tercinta,

Pembimbingku yang Kukagumi,

Semua teman-teman tersayang dan semua yang menyayangiku

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
INTISARI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	9
2.1. Merek.....	9
2.1.1. Definisi Merek.....	9



2.1.2. Manfaat Merek	11
2.2. Private Label.....	12
2.2.1. Peran Private Label.....	13
2.2.2. Klasifikasi Private Label	13
2.3. Store Brand.....	14
2.3.1. Definisi Store Brand	14
2.4. Nilai	15
2.4.1. Keterlibatan Konsumen	15
2.4.2. Loyalitas Merek.....	17
2.4.2.1. Kategori Loyalitas Merek	17
2.4.2.2. Fungsi Loyalitas Merek	18
2.4.2.3. Tingkatan Loyalitas Merek.....	18
2.4.3. Persepsi Harga	19
2.4.4. Persepsi Kualitas.....	22
2.4.5. Familiaritas Merek.....	24
2.4.6. Risiko.....	24
2.5. Perilaku Konsumen	26
2.5.1. Preferensi Merek Toko	30
2.6. Hasil Riset Terdahulu	31
2.7. Pengembangan Hipotesis.....	32
2.8. Kerangka Penelitian	36

BAB III	METODE PENELITIAN	37
	3.1. Bentuk dan Lokasi Penelitian.....	37
	3.2. Populasi dan Sampel	38
	3.3. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	38
	3.4. Metode Pengumpulan Data	42
	3.5. Metode Pengukuran Data	43
	3.6. Pilot Studi	44
	3.7. Pengujian Instrumen.....	46
	3.7.1. Uji Validitas	46
	3.7.2. Uji Reliabilitas.....	49
	3.8. Metode Analisis Data	51
	3.8.1. Analisis Regresi Linear Berganda	51
BAB IV	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....	52
	4.1. Deskripsi Responden.....	53
	4.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	53
	4.1.2. Uang Saku per Bulan.....	53
	4.1.3. Pengeluaran per Bulan.....	54
	4.1.4. Jenis Pembelian Responden.....	55
	4.1.5. Skala Belanja per Bulan	55
	4.1.6. Produk Merek Toko yang Pernah Dibeli.....	56
	4.2. Analisis Regresi.....	56
	4.2.1. Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Tetap Membeli Produk Merek Toko Carrefour	57

4.2.2.	Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Merekomendasikan Produk Merek Toko Carrefour	59
4.2.3.	Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Mempertimbangkan Pembelian Produk Merek Toko Carrefour di Masa Mendatang .	62
4.2.4.	Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Carrefour.....	64
4.3.	Ringkasan Hasil Penelitian.....	66
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	70
5.1.	Simpulan.....	70
5.2.	Implikasi Manajerial.....	72
5.3.	Saran	73
5.4.	Keterbatasan Penelitian	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1: Hasil Pilot Studi	44
Tabel 3.2: Validitas Variabel Keterlibatan Konsumen	47
Tabel 3.3: Validitas Variabel Loyalitas Merek	47
Tabel 3.4: Validitas Variabel Persepsi Harga	47
Tabel 3.5: Validitas Variabel Persepsi Kualitas.....	47
Tabel 3.6: Validitas Variabel Familiaritas Merek.....	47
Tabel 3.7: Validitas Variabel Risiko	47
Tabel 3.8: Validitas Variabel Preferensi Merek Toko	48
Tabel 3.9: Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.1: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Uang Saku per Bulan.....	53
Tabel 4.3: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	54
Tabel 4.4: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Pembelian	55
Tabel 4.5: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Skala Belanja per Bulan	55
Tabel 4.6: Distribusi Frekuensi Berdasarkan Produk Merek Toko Yang Pernah Dibeli	56
Tabel 4.7: Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Tetap Membeli Produk Merek Toko Carrefour.....	57
Tabel 4.8: Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Merekomendasikan Produk Merek Toko Carrefour.....	59

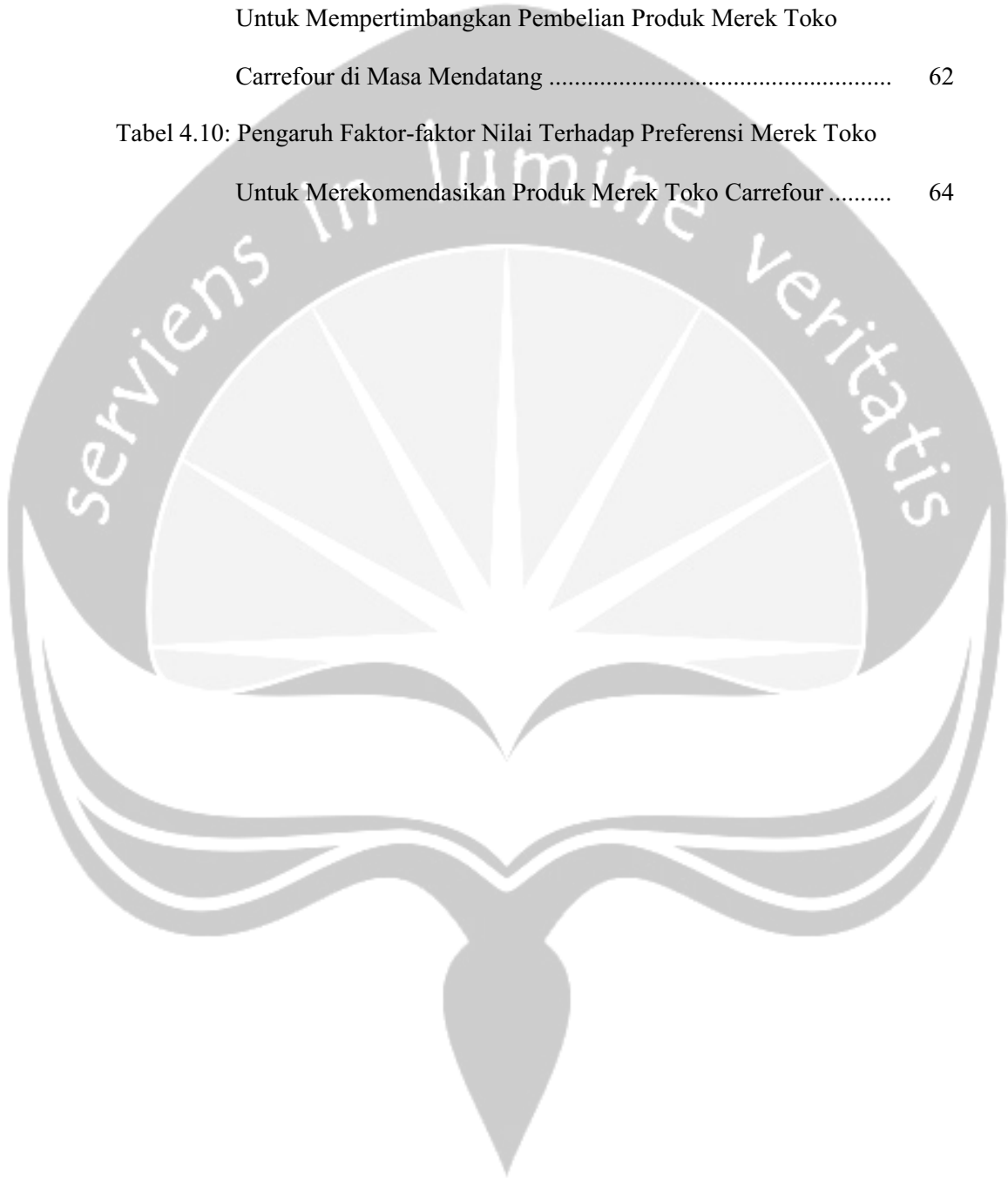
Tabel 4.9 : Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko

Untuk Mempertimbangkan Pembelian Produk Merek Toko

Carrefour di Masa Mendatang 62

Tabel 4.10: Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko

Untuk Merekomendasikan Produk Merek Toko Carrefour 64



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	27
Gambar 2.2: Model Penelitian	36
Gambar 3.1: Merek Toko Carrefour	37
Gambar 4.1: Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Tetap Membeli Produk Merek Toko Carrefour	66
Gambar 4.2: Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Merekomendasikan Produk Merek Toko Carrefour	67
Gambar 4.3 : Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Mempertimbangkan Pembelian Produk Merek Toko Carrefour di Masa Mendatang	68
Gambar 4.4: Pengaruh Faktor-faktor Nilai Terhadap Preferensi Merek Toko Untuk Merekomendasikan Produk Merek Toko Carrefour	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Pilot Studi

Lampiran 3 : Data Responden

Lampiran 4 : Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Demografi Responden

Lampiran 6 : Data Regresi

Lampiran 7 : Analisis Regresi

Lampiran 8 : Tabel Distribusi R



PENGARUH FAKTOR-FAKTOR NILAI TERHADAP PREFERENSI MEREK TOKO CARREFOUR

Disusun oleh :

Listrina Wahyuwidiatri

NPM : 05 03 15678

Pembimbing Utama

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

Intisari

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor nilai seperti keterlibatan konsumen, loyalitas merek, persepsi harga, persepsi kualitas, familiaritas merek, dan risiko yang mempengaruhi preferensi merek toko Carrefour yang terbagi menjadi tiga kriteria yaitu konsumen tetap membeli atau melakukan pembelian ulang terhadap produk merek toko, konsumen merekomendasikan produk merek toko dan konsumen mempertimbangkan pembelian produk merek toko di masa mendatang.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, kuesioner disebarkan pada mahasiswa dan mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan data yang layak untuk diolah sebanyak 188 responden. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan analisis presentase dan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu faktor-faktor nilai terhadap variabel dependen yaitu preferensi merek toko.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hanya ada dua variabel dari faktor-faktor nilai yang memiliki pengaruh signifikan terhadap preferensi merek toko Carrefour yaitu keterlibatan konsumen dan familiaritas merek. Variabel yang mempengaruhi konsumen untuk tetap membeli produk merek toko / pembelian ulang yaitu familiaritas merek dan risiko. Variabel yang mempengaruhi konsumen untuk merekomendasikan produk merek toko yaitu keterlibatan konsumen, persepsi kualitas, familiaritas merek dan risiko. Variabel yang mempengaruhi konsumen untuk mempertimbangkan pembelian produk merek toko yaitu keterlibatan konsumen dan familiaritas merek. Loyalitas merek dan persepsi harga ternyata tidak berpengaruh signifikan pada preferensi merek toko Carrefour.

Kata kunci : Merek Toko, Carrefour, Nilai, Preferensi Merek Toko