



Commanche School

	DEPARTMENT OF DEFENSE OFFICE OF THE SECRETARY OF DEFENSE
PRINCIPAL	
Date	18 DEC 2006
Event	2947/EM/Hd.12/2006
Class	Rf 658.8342 AND 06
General Remarks	

	DEPARTMENT OF DEFENSE OFFICE OF THE SECRETARY OF DEFENSE
PRINCIPAL	
Date	
Event	
Class	
General Remarks	

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK
DOMESTIK DAN MEREK ASING
(STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA)**

Skripsi

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Andrean Wahyu Purnomo

NPM : 00 03 12167

FAKULTAS EKONOMI

UNIVESITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

Mei, 2006



Skripsi

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK DOMESTIK DAN MEREK
ASING
(STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA)**

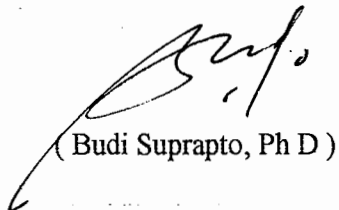
Disusun Oleh :

Andrean wahyu Purnomo

NPM : 00 03 12167

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



(Budi Suprpto, Ph D)

Pada hari Jumat, tanggal 31 Maret 2006

Skripsi

**ANALISIS FAKTOR - FAKTOR PENGAMBILAN
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK
DOMESTIK DAN MEREK ASING
(STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Andreas Wahyu Purnomo

NPM : 00 03 12167

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 6 Mei 2006
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta

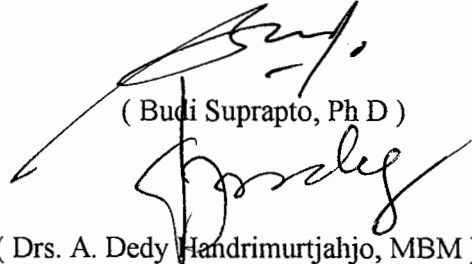
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



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

Anggota Panitia Penguji



(Budi Suprpto, Ph D)

(Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM)

Yogyakarta, 6 Mei 2006

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atmajaya Yogyakarta



(DR. R. Maryatmo, MA)

Pernyataan

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

“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK DOMESTIK DAN MEREK ASING (STUDI KASUS DI KOTAMADYA 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 atau 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 Atmajaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 Maret 2006

Yang menyatakan



(Andrean Wahyu Purnomo)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa karena atas berkat, kemurahan dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS FAKTOR – FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK DOMESTIK DAN MEREK ASING” (STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA)**”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh derajat Strata I Sarjana Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Segala sesuatu yang telah penulis lakukan dalam upaya menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan rasa hormat dan tulus, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. E.F. Slamet S. Sarwono, MBA, selaku Rektor Universitas Atmajaya Yogyakarta.
2. R. Maryatmo, Dr., MA, selaku Dekan Fakultas ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.
3. Budi Suprpto, Ph D, selaku Pembimbing yang telah memberikan petunjuk, saran dan masukan bagi penulis.
4. Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.
5. Teman-teman seperjuangan yang mengambil skripsi yang telah memberikan dukungan dan bantuan
6. Teman-teman kos “Malioboro”.
7. My girl inspiration : Ika, Santi, Sinta, Silva, Dewi, Dindi, Debora, Memey, Hesti, Putri, Kareen.
8. Sahabat-sahabatku di Jogja a.l : Boni, Valent, Della, Vian, Vanrio, Paulus, Budhe, Hari, Jumbo, Rosulla dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bila masih banyak kekurangan dalam penulisan ini, sehingga penulis mengharap saran dan kritik untuk menyempurnakan skripsi ini.

Yogyakarta, Maret 2006

Andreas Wahyu Purnomo



MOTTO

Janganlah takut , sebab Aku menyertai engkau,
jangan bimbang sebab Aku ini Allahmu,
Aku akan menegakkan, bahkan akan menolong
engkau ;

Aku akan memegang engkau dengan tangan kananku
yang membawa kemenangan

(Yesaya 41 : 10)



Kupersembahkan skripsi ini kepada :

Lord Jesus, My mother and father,

adikku Dhedy dan Chrisye

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Hipotesis Penelitian.....	10
G. Metodologi Penelitian.....	11
H. Metode Analisis Data.....	21
I. Sistematika Pembahasan.....	24
BAB II LANDASAN TEORI.....	26
A. Merek.....	26
B. Manfaat Merek.....	26
C. Merek yang baik.....	28
D. Perilaku konsumen.....	28
E. Pengertian perilaku konsumen.....	29
F. Model perilaku konsumen.....	29

G. Pengaruh yang mendasari perilaku konsumen	31
H. Faktor – faktor budaya	31
I. Faktor – faktor sosial	32
J. Faktor – faktor pribadi	33
K. Faktor – faktor Psikologis	36
L. Proses pengambilan keputusan pembelian	39
M. Peran konsumen dalam membeli	40
N. Jenis tingkah laku keputusan pembelian konsumen	42
O. Langkah – langkah dalam proses keputusan pembelian	45
BAB III ANALISIS DATA.....	48
A. Penejelasan penelitian.....	48
B. Pengujian instrumen.....	48
C. Uji validitas.....	49
D. Uji reliabilitas.....	50
E. Analisis data.....	50
F. Karakteristik demografi responden	51
G. Analisis mean aritmatik	55
H. Analisis One sample T test	55
I. Analisis korelasi kanonikal	58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	67
C. Keterbatasan Peneliti	69

Daftar pustaka

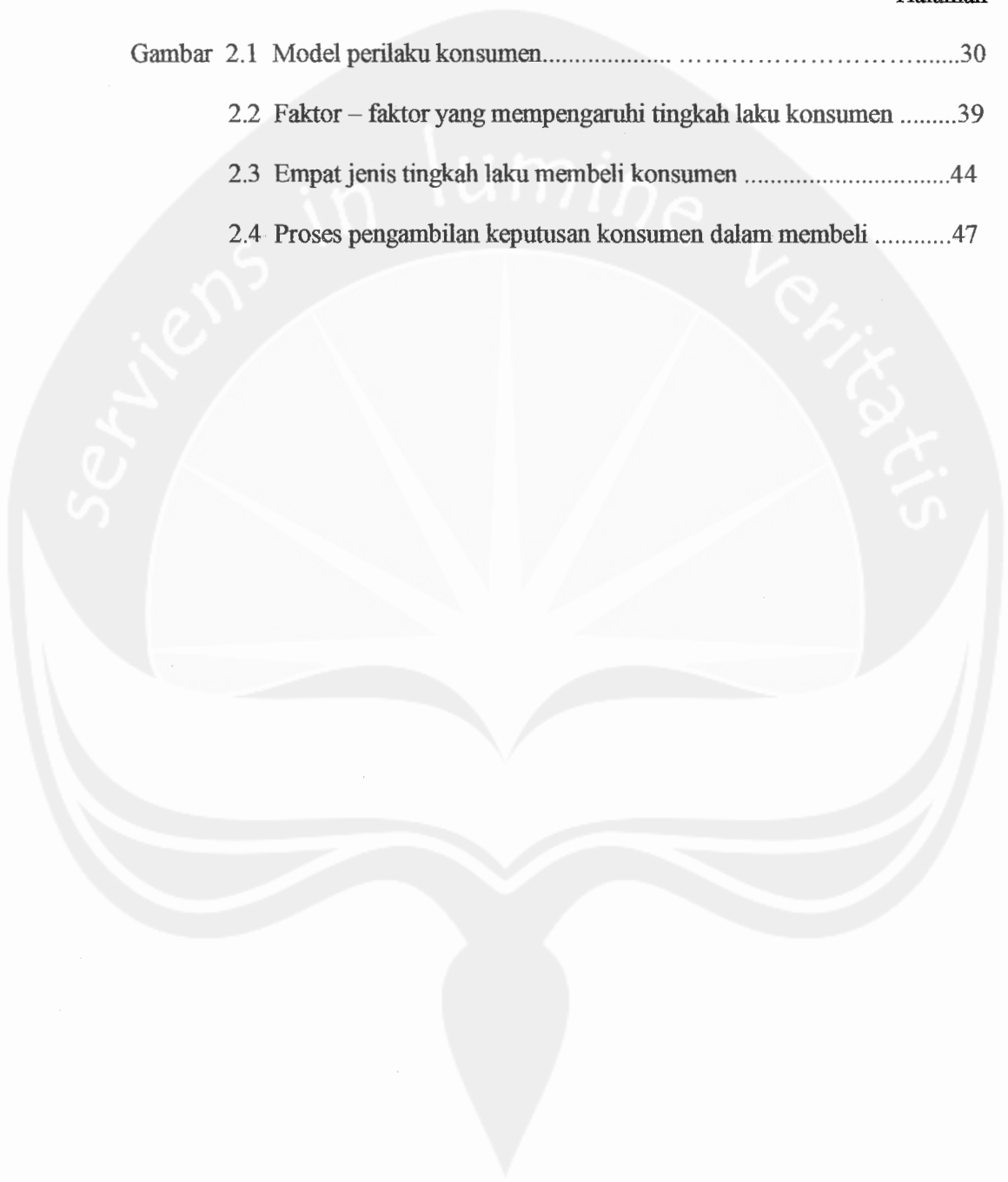
Lampiran

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Variabel – variabel penelitian	12
1.2 Sumber variabel.....	17
3.1 Uji validitas	49
3.2 Persentase responden berdasarkan usia	51
3.3 Persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan	52
3.4 Persentase responden berdasarkan penghasilan per bulan	52
3.5 Persentase responden berdasarkan dana belanja pakaian	53
3.6 Persentase responden berdasarkan frekuensi belanja pakaian.....	54
3.7 Persentase responden berdasarkan membaca majalah mode	54
3.8 Persentase responden berdasarkan merek pilihan produk pakaian	55
3.9 Aritmatik mean	56
3.10 Eigenvalues.....	58
3.11 Wilk's Lambda	59
3.12 Koefisien korelasi kanonikal	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model perilaku konsumen.....	30
2.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi tingkah laku konsumen	39
2.3 Empat jenis tingkah laku membeli konsumen	44
2.4 Proses pengambilan keputusan konsumen dalam membeli	47



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran**
1. Kuesioner
 2. Validitas dan Reliabilitas
 3. Tabel frekuensi responden
 4. Analisis Aritmatic mean dan Analisis One sample T test
 5. Analisis korelasi kanonikal
 6. Case Summaries
 7. Tabel Distribusi R

**ANALISIS FAKTOR – FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
KONSUMEN PADA PAKAIAN MEREK DOMESTIK DAN MEREK
ASING
(STUDI KASUS DI KOTAMADYA YOGYAKARTA)**

Disusun Oleh
Andrean Wahyu Purnomo
NPM : 000312167

Pembimbing

Budi Suprpto

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengambilan keputusan konsumen dalam membeli pakaian merek domestik dan merek asing. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi kanonikal. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor yang paling penting bagi konsumen yang membeli pakaian merek domestik adalah harga, untuk pakaian merek asing adalah mutu dan merek, sedangkan untuk pakaian merek keduanya (merek domestik dan merek asing) dapat diketahui bahwa faktor yang paling penting bagi konsumen adalah mutu. Dan juga disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang nyata antara pilihan konsumen pada merek pakaian dengan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli pakaian yang didasarkan pada merek, mutu, loyalitas, harga, mode.

Ada 2 temuan utama yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, faktor yang paling penting bagi konsumen yang membeli pakaian merek domestik

adalah harga, untuk pakaian merek asing adalah mutu dan merek, sedangkan untuk pakaian merek keduanya (merek domestik dan merek asing) dapat diketahui bahwa faktor yang paling penting bagi konsumen adalah mutu.

Kedua, terdapat hubungan yang nyata antara pilihan konsumen pada merek pakaian dengan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli pakaian yang didasarkan pada merek, mutu, loyalitas, harga, mode, sebaliknya tidak ada hubungan yang nyata antara pilihan konsumen pada merek pakaian dengan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli pakaian yang didasarkan pada orientasi hedonis dan dorongan hati. Dan juga tidak ada hubungan yang nyata antara pilihan konsumen pada merek pakaian dengan pengambilan keputusan konsumen dalam membeli pakaian yang didasarkan pada banyaknya pilihan model pakaian.