



Marketing research

	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FACULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
	31 MAY 2007
No. Seri	: 3307/EM/Hd. 5/2007
No. Seri	: RJ 65B.83 ETS 06

 UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FACULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen
---	---

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya

Yogyakarta



Disusun oleh:

ERENE PETRICIA

NPM. 01 03 13063

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

MARET, 2006

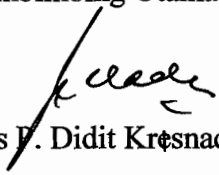
SKRIPSI

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE**

**Disusun oleh :
Erene Petricia
NPM 01 03 13063**

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama


Drs F. Didit Kresnadewara, MM

Tanggal 13 januari 2006

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

ERENE PETRICIA

01 03 13063 / EM

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 04 februari 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

Drs C. Handoyo., MM.

Anggota Panitia Penguji

Drs F. Didit Kresnadewara., MM.

Drs J. Sudarsono., MS.

Yogyakarta, 04 februari 2006

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

DR. TRI MURYATMO, MA
EKONOMI

PERNYATAAN

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

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE

benar-benar hasil karya 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 bentuk catatanperut/ catatan kaki/ daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti 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, 13 Januari 2006

Yang menyatakan



Erene Petricia

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Allah yang maha kuasa, atas berkat dan rahmatNya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE “.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini tidaklah terlepas dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan bimbingan serta dorongan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini pula penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah banyak membantu baik moril maupun matrial kepada penulis, antara lain :

1. Bapak Drs. P. Didit Kresnadewara., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, pengarahan dan saran-saran yang berguna bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh kuliah.
3. Segenap staf bagian pengajaran dan perpustakaan atas pelayanan dan fasilitas yang diberikan selama penulis duduk di bangku kuliah.

4. Orangtuaku tersayang, terimakasih atas segala doa, dukungan moral dan material yang mendorong semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Buat Yuan, Rika, Lando, makasih karena aku terus diingatin supaya cepat menyelesaikan skripsi ini. Udah selesai neh...PUAS !!!
6. Buat Caya yang terus mengganggu dan menyusahkan aku, God Bless You
7. Buat Doddy S, makasih karena selalu mengingatkan aku untuk terus sabar dan berdoa. God Bless You .
8. Buat Dewi, Titin (yang udah duluan lulus), Ema Ndut yang sudah memberikan semangat, senang-senang dan sedih-sedihnya dari awal semester. Makasih friends..
9. Buat Lia, putri, en Dewi, kutunggu ya bulan april... Lia teruskan perjuanganmu...
10. Teman-temanku semua dan pihak lain yang tak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, dikarenakan terbatasnya pengetahuan, kemampuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis dengan senang hati akan menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun sebagai masukan untuk membuat tugas-tugas yang lain.

Akhir kata, semoga Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas kebaikan Bapak/Ibu dan rekan-rekan dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya.

Yogyakarta, 13 januari 2006

Penulis

Erene Petricia



MOTTO

*Anda dapat memberi tanpa mengasih,
tetapi Anda tidak mungkin mengasih
tanpa memberi*



DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto/Persembahan	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xii
Daftar Lampiran	xiii
Intisari	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
1.6. Hipotesis	6
1.7. Metodologi Penelitian	7
1.7.1. Metode penelitian	7

1.7.2.	Metode pengambilan sampel	7
1.7.3.	Metode pengumpulan data	8
1.7.4.	Data yang diperlukan	9
1.7.5.	Metode pengukuran data	9
1.7.6.	Metode pengujian instrumen	10
1.7.7.	Metode analisis data	12
1.8.	Sistematika Penulisan	15
BAB II	LANDASAN TEORI	17
2.1.	Konsep Pemasaran	17
2.2.	Perdagangan Eceran	19
2.3.	Perilaku Konsumen	23
2.3.1.	Pengertian perilaku konsumen	23
2.3.2.	Model perilaku konsumen	24
2.3.3.	Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen	25
2.4.	Keputusan Pembelian	32
2.4.1.	Proses pengambilan keputusan pembelian	32
2.4.2.	Peranan konsumen dalam membeli	36
2.4.3.	Tipe-tipe tingkah laku pembelian	37
2.5.	Pengertian Boutique	38
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	40
3.1.	Jenis Dan Bentuk Penelitian	40
3.2.	Populasi Dan Metode Pengambilan Sampel	41

3.3.	Metode Pengumpulan Data	42
3.4.	Metode Analisis Data	43
3.4.1.	Analisis regresi sederhana	43
3.4.2.	Analisis regresi berganda	44
3.4.3.	Analisis Uji t	46
BAB IV	ANALISA DATA	47
4.1.	Tahap Pengumpulan Data	47
4.2.	Analisis Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner	47
4.2.1.	Analisis validitas kuesioner	47
4.2.2.	Analisis reliabilitas kuesioner	48
4.3.	Frekuensi	49
4.3.1.	Frekuensi responden menurut jenis kelamin	49
4.3.2.	Frekuensi responden menurut umur	50
4.3.3.	Frekuensi responden menurut tingkat penghasilan (termasuk uang saku)	51
4.3.4.	Frekuensi responden menurut status	52
4.4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Dan Pelajar di Boutique	53
4.4.1.	Pengaruh faktor terhadap keputusan pembelian mahasiswa dan pelajar di boutique secara individual	53
4.4.2.	Pengaruh faktor kelengkapan barang terhadap keputusan pembelian mahasiswa dan pelajar	

	di boutique secara individual	55
4.4.3.	Pengaruh faktor kualitas barang terhadap keputusan pembelian mahasiswa dan pelajar di boutique secara individual	56
4.4.4.	Pengaruh faktor barang-barang yang selalu mengikuti trend terhadap keputusan pembelian mahasiswa dan pelajar di boutique secara individual	58
4.5.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Mahasiswa Dan Pelajar di Boutique Secara Bersama-sama	59
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	62
5.1.	Kesimpulan	62
5.2.	Implikasi Manajerial	63
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	48
Tabel 4.2. Tabel Frekuensi Menurut Jenis Kelamin	49
Tabel 4.3. Tabel Frekuensi Menurut Umur	50
Tabel 4.4. Tabel Frekuensi Menurut Tingkat Penghasilan (termasuk uang saku)	51
Tabel 4.5. Tabel Frekuensi Menurut Status	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2-1 Model tingkah laku pembeli	24
Gambar 2-2 Proses pengambilan keputusan pembelian	33
Gambar 4-1 Diagram Pie untuk frekuensi responden menurut jenis kelamin	50
Gambar 4-2 Diagram Pie untuk frekuensi responden menurut umur	51
Gambar 4-3 Diagram Pie untuk frekuensi responden menurut tingkat penghasilan (termasuk uang saku)	52
Gambar 4-4 Diagram Pie untuk frekuensi responden menurut status	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Responden
Lampiran 3.	Hasil Analisis Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 4.	Frekuensi Responden
Lampiran 5A.	Hasil Analisis Regresi Sederhana
Lampiran 5B.	Hasil Analisis Regresi Berganda
Lampiran 6.	Tabel t dan Tabel r

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
MAHASISWA DAN PELAJAR UNTUK BERBELANJA DI BOUTIQUE**

Disusun oleh :

Erene Petricia

NPM : 01 03 13063

Pembimbing

Drs. P. Didit Kresnadewara, MM

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara faktor harga, faktor kelengkapan barang, faktor kualitas barang, dan faktor barang-barang yang selalu mengikuti trend terhadap keputusan mahasiswa dan pelajar untuk berbelanja di boutique yang ada di Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) kuesioner, (2) studi kepustakaan dan (3) wawancara. Dengan metode wawancara terlebih dahulu terhadap beberapa responden, didapatkan empat faktor yaitu faktor harga, faktor kelengkapan barang, faktor kualitas barang, dan faktor barang-barang yang selalu mengikuti trend. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang masih memiliki status sebagai mahasiswa dan pelajar sebanyak 100 orang. Dari data yang diperoleh tersebut kemudian diolah dengan menggunakan SPSS 11.0 dengan validitas dan reliabilitas, frekuensi, metode regresi sederhana, metode regresi berganda dan independent T-test. Dengan regresi sederhana diperoleh kesimpulan bahwa faktor harga, faktor kelengkapan barang, faktor kualitas barang, dan faktor barang-barang yang selalu mengikuti trend berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di boutique. Dalam regresi berganda diperoleh kesimpulan bahwa hanya faktor harga dan faktor barang-barang yang selalu mengikuti trend saja yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di boutique. Hasil analisis dengan menggunakan independent T-test diperoleh kesimpulan yaitu baik berdasarkan regresi sederhana maupun regresi berganda, faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen untuk berbelanja di boutique adalah faktor harga.

Kata kunci : Boutique, Perilaku berbelanja, Keputusan Pembelian,