

PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT

BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA

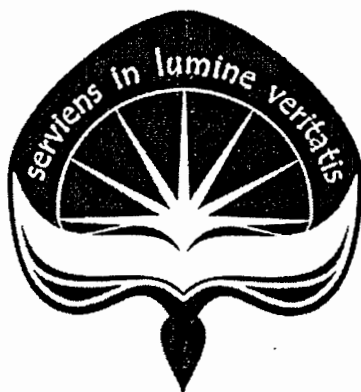
YOGYAKARTA

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

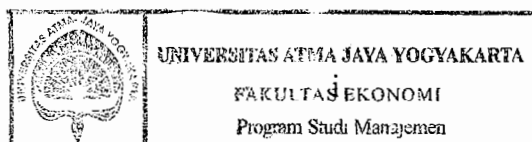
NOVI WIJAYANI KOESTANTYO

NPM : 02 03 14003

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

AGUSTUS, 2007



SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA**

Disusun oleh:

NOVI WIJAYANI KOESTANTYO

NPM: 02 03 14003

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



(Drs. Ign. Sukirno, M.S.)

Tanggal 16 Juli 2007

SKRIPSI

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP
MINAT BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

NOVI WLJAYANI KOESTANTYO

NPM: 02 03 14003

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 3 Agustus 2007
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

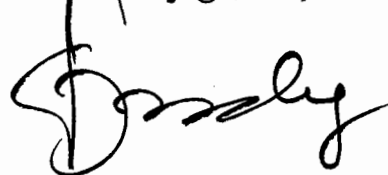


Drs. Ign. Sukirno, MS

Anggota Panitia Penguji



Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.



Drs. A. Dedy Handrimurtjahjo, MBM

Yogyakarta, 3 Agustus 2007

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. R. Maryatmo, MA.

**FAKULTAS
EKONOMI**

PERNYATAAN

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

**“ PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT
BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA ”**

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 / 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, 2007

Yang menyatakan



(Novi Wijayani Koestantyo)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus Atas Anugrah dan Kasih KaruniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul

” PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA YOGYAKARTA”

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Atma Jaya Yogyakarta.

Pada kesempatan ini penulis juga ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ign. Sukirno, M.S. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran ditengah kesibukannya untuk membimbing, mengarahkan, memberi petunjuk serta dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya yang telah mendidik dan bersedia mambagi ilmunya dengan penulis selama ini.
3. Papa dan mama tercinta yang luar biasa sabar dan tidak pernah lupa mendoakan penulis serta memberikan dorongan, semangat serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah.
4. Adik-adik tercinta : Siwi, Dewi yang senantiasa mendoakan, mendukung dan membantu penulis dalam segala hal.
5. My Lovely : Aruno terimakasih buat kasih sayangmu, saran, nasehat, doa, penghiburan, semangat, dan dukungannya.

6. Sahabat – sahabat tersayang Rency, Peppy, Wanda, Nita dan Emmy trimakasih buat dukungan kalian.
7. Fellyn yang selalu memberikan support, bantuin olah data, trimakasih buat semuanya.
8. Temen – temen seperjuangan selama kuliah Christy, Fong-fong, Lany, Hesti, Putri, Siska trimakasih buat kerja samanya.
9. Temen – temen KKN di Sempu Monic, Andry, Bayu, Wawan, endang, Mei, trimakasih buat kebersamaan kita.
10. Semua temen – temen Yess Tronik Jono, Agus, Budi, Giant, Suneo, Mbak Fitri, Mbak Uty, Mbak Iiq, Mbak Isty, Sakti trimakasih buat kebersamaan, persahabatan, kekeluargaan dan kerjasamanya.
11. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, makasih banyak atas segala bantuannya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik atas skripsi ini yang bersifat membangun.

Akhir kata semoga Damai Sejahtera dan Kasih Kristus selalu menyertai kita semua dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 2007

Yang menyatakan

(Novi Wijayani Koestantyo)

MOTTO

”Ketika pintu kebahagiaan tertutup, ada pintu lain yang terbuka, Tetapi kadang – kadang kita menatap terlalu lama pada pintu yang telah tertutup itu, sehingga kita tidak melihat pintu lain yang terbuka untuk kita”

**Ketika kamu lahir, kamu menangis dan semua orang
disekelilingmu tersenyum
Hiduplah dengan hidupmu...
Jadi ketika kamu meninggal,
Kamu satu-satunya yang tersenyum...
Dan semua orang disekelilingmu yang menangis**

**“Ku tak akan menyerah pada apapun juga sebelum ku coba
semua yang kubisa tetapi ku berserah kepada kehendakMu,
hatiku percaya Tuhan punya rencana”.**

**” Segala perkara dapat kutanggung didalam Dia yang memberi
kekuatan kepadaku”**

PERSEMBAHAN



Skripsi ini Kupersembahkan untuk:

Lord Jesus, My savior....

Papa dan Mama Tercinta,

Adik-adik ku Tersayang Siwi, Dewi

My Lovely Aruno

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Halaman Motto	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Intisari	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Operasional.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.5 Hipotesis Penelitian	9
1.6 Metodologi Penelitian	9
1.6.1 Tempat Penelitian	9
1.6.2 Populasi dan Sampling	9
1.6.3 Metode Pengumpulan data	10

1.6.4	Metode Pengukuran Data Skala.....	12
1.6.5	Metode Pengujian Instrumen	12
1.6.5.1	Analisis Validitas	12
1.6.5.2	Analisis Reliabilitas	13
1.6.6	Metode Analisis Data	14
1.6.6.1	Analisis Persentase	14
1.6.6.2	Analisis Sikap Konsumen	14
1.6.6.3	Analisis Norma Subyektif Konsumen	15
1.6.6.4	Analisis Aritmatic Mean	16
1.6.6.5	Analisis Regresi Berganda	17
1.7	Sistematika Pembahasan.....	22

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1	Sikap Konsumen	23
2.1.1	Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.1.2	Kepercayaan, sikap dan perilaku konsumen	25
2.1.3	Hubungan Sikap dan Perilaku.....	26
2.1.4	Perilaku Konsumen dan Peramalan perilaku.....	27
2.2	Retail	29
2.2.1	Pengertian Retail	29
2.2.2	Macam-macam Retail	31
2.3	Pasar Swalayan.....	35

BAB III : ANALISIS DATA

3.1	Penjelasan Penelitian	39
3.2	Teknik Pengujian Instrumen	39

3.2.1 Pengujian Validitas Kuesioner	39
3.2.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner	42
3.3 Analisis Data	43
3.3.1 Analisis Karakteristik Responden	43
3.3.2 Analisis Sikap Konsumen	45
3.3.3 Analisis Norma Subyektif Konsumen	51
3.3.4 Analisis Minat Belanja Konsumen.....	54
3.3.5 Analisis Regresi Berganda	56

BAB IV : KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan	62
4.1.1 Karakteristik Responden	62
4.1.2 Sikap Konsumen Terhadap Supermarket Alfa.....	62
4.1.3 Norma Subyektif Konsumen terhadap Supermarket Alfa.....	63
4.1.4 Minat Belanja Konsumen di Supermarket Alfa	63
4.1.5 Pengaruh Sikap Terhadap Minat belanja Konsumen di Supermarket Alfa	63
4.1.6 Pengaruh Norma Subyektif Terhadap Minat belanja Konsumen di Supermarket Alfa	63
4.2 Saran	64

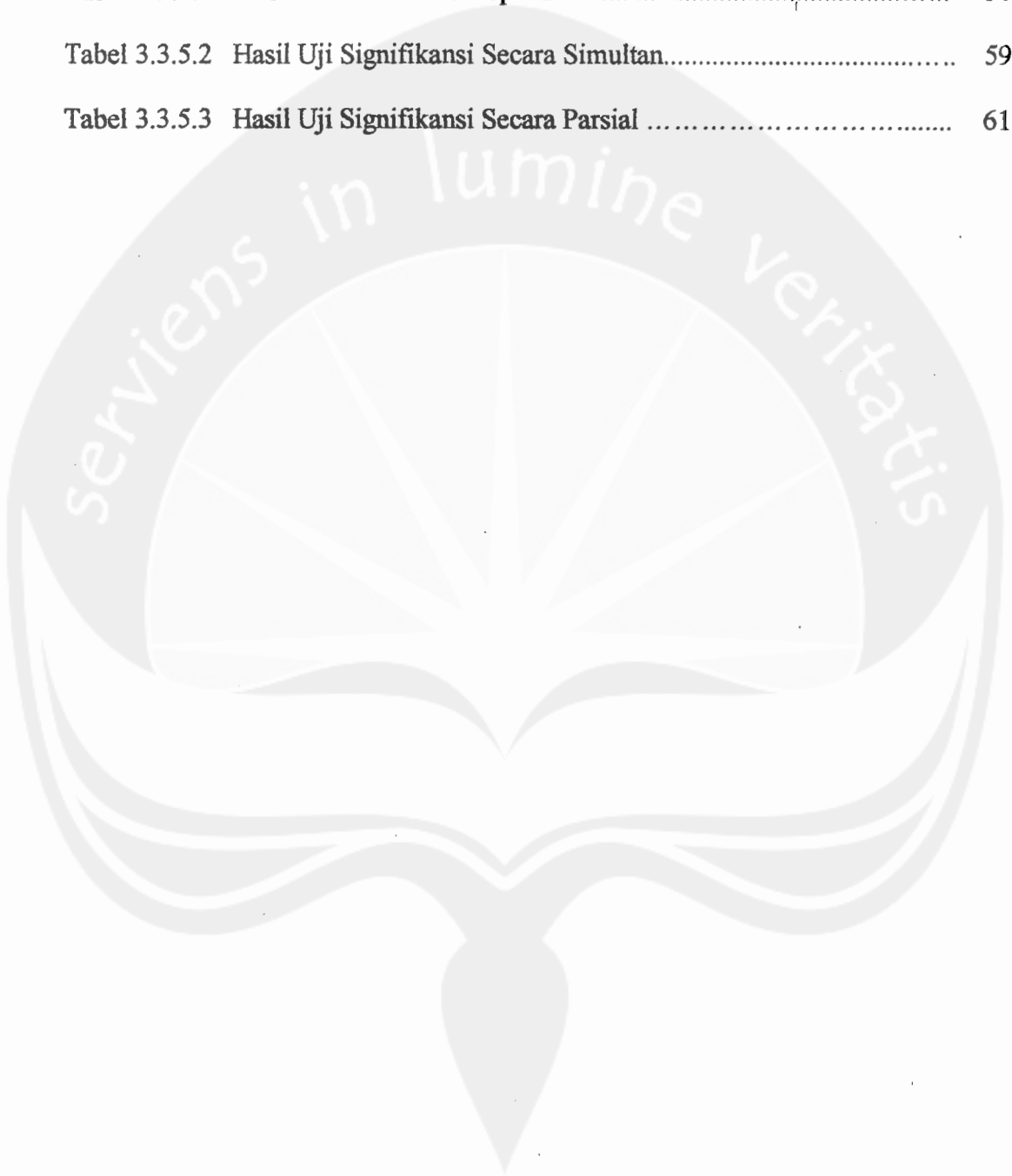
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

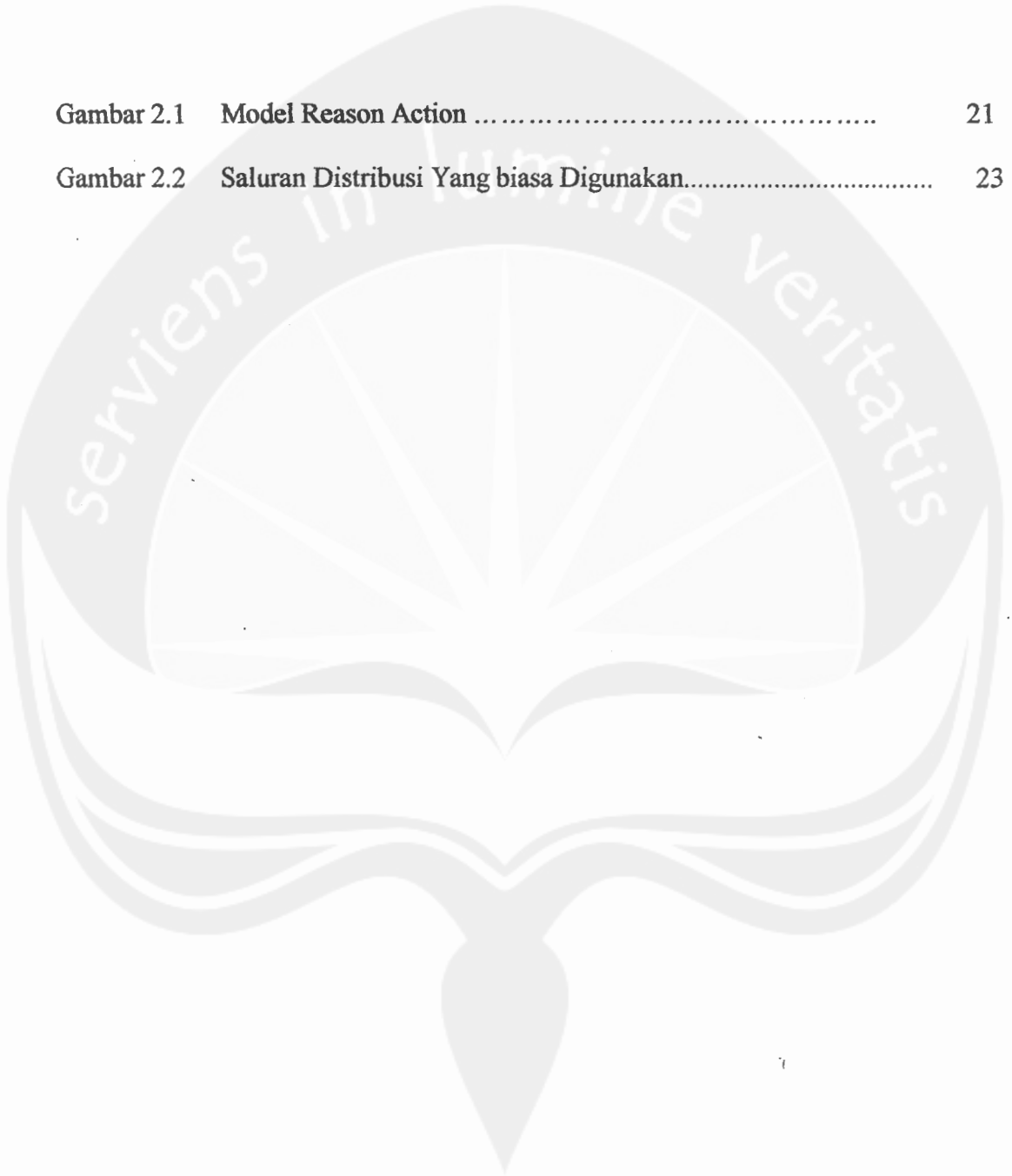
Tabel 3.2.1.1 Validitas Keyakinan Konsumen.....	40
Tabel 3.2.1.2 Validitas Evaluasi Konsumen	40
Tabel 3.2.1.3 Validitas Keyakinan Normatif	41
Tabel 3.2.1.4 Validitas Motivasi Referen	41
Tabel 3.2.1.5 Validitas Minat Belanja	41
Tabel 3.2.2.1 Reliabilitas Keyakinan konsumen Konsumen.....	42
Tabel 3.2.2.2 Reliabilitas Evaluasi Konsumen	42
Tabel 3.2.2.3 Reliabilitas Keyakinan Normatif	42
Tabel 3.2.2.4 Reliabilitas Motivasi Referen.....	43
Tabel 3.2.2.5 Reliabilitas Minat Berbelanja.....	43
Tabel 3.3.1.1 Data Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 3.3.1.2 Data Reponden Berdasarkan Umur.....	44
Tabel 3.3.1.3 Data Reponden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 3.3.2.1 Bobot Variabel Keyakinan Konsumen.....	46
Tabel 3.3.2.2 Bobot Variabel Evaluasi Konsumen	47
Tabel 3.3.2.3 Bobot Keyakinan, Evaluasi, dan Sikap konsumen.....	48
Tabel 3.3.3.1 Bobot Variabel Keyakinan Normatif	51
Tabel 3.3.3.2 Bobot Variabel Motivasi Referen	52
Tabel 3.3.3.3 Bobot Keyakinan Normatif, Motivasi Referen, dan Norma Subyektif.....	53

Tabel 3.3.4.1 Rata-rata Hitung Minat Belanja	55
Tabel 3.3.5.1 Koefisien Variabel Independen	56
Tabel 3.3.5.2 Hasil Uji Signifikansi Secara Simultan.....	59
Tabel 3.3.5.3 Hasil Uji Signifikansi Secara Parsial	61

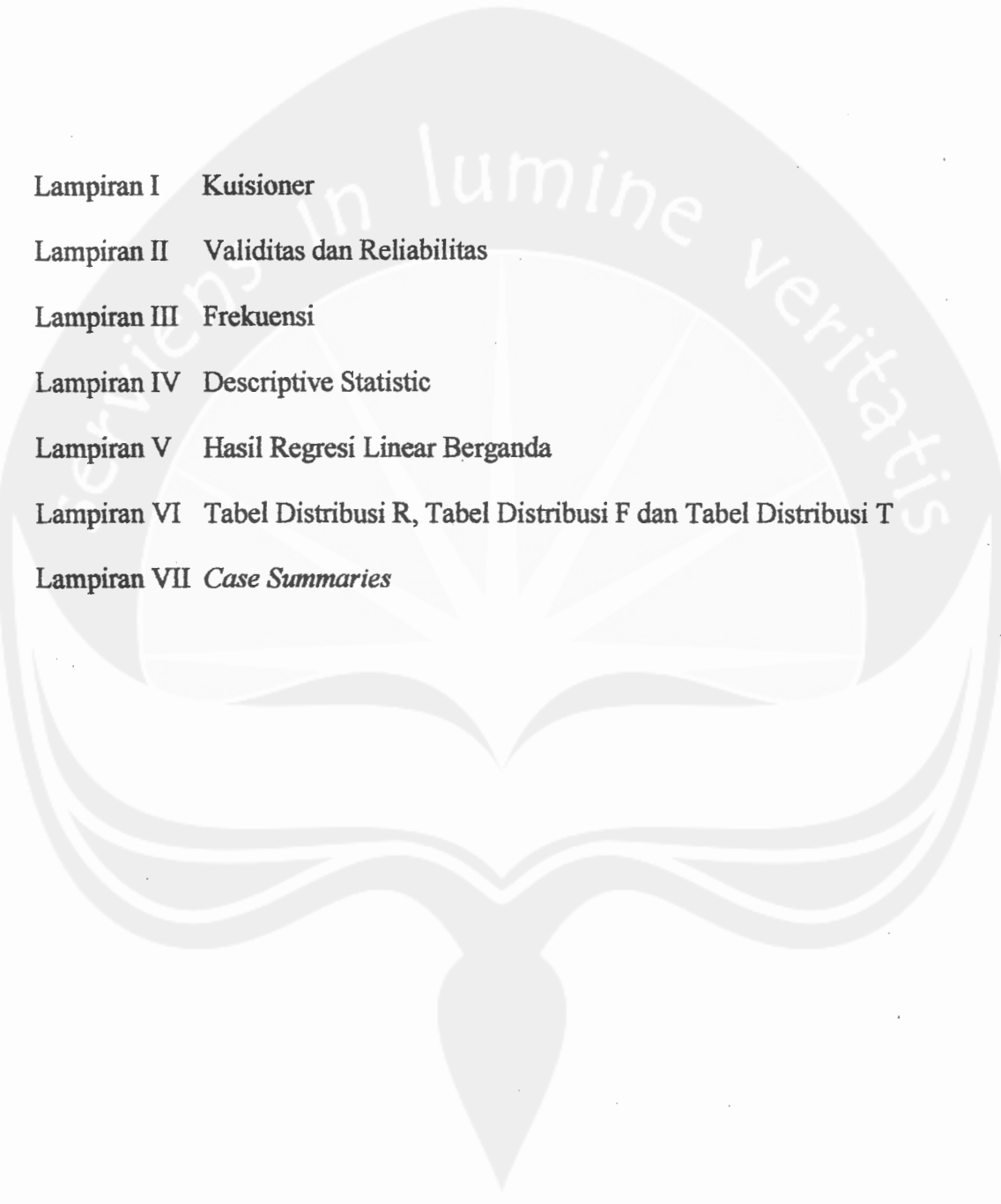


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Reason Action	21
Gambar 2.2	Saluran Distribusi Yang biasa Digunakan.....	23



DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran I Kuisisioner
- Lampiran II Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran III Frekuensi
- Lampiran IV Descriptive Statistic
- Lampiran V Hasil Regresi Linear Berganda
- Lampiran VI Tabel Distribusi R, Tabel Distribusi F dan Tabel Distribusi T
- Lampiran VII *Case Summaries*

**PENGARUH SIKAP DAN NORMA SUBYEKTIF KONSUMEN
TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN DI SUPERMARKET ALFA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Novi Wijayani Koestantyo

NPM : 02 03 14003

Pembimbing Utama

Drs. Ign. Sukirno, M.S.

Intisari

Penelitian ini dilakukan pada konsumen supermarket Alfa di Daerah Istimewa Yogyakarta yang bertujuan untuk mengetahui (1) Untuk mengetahui apakah sikap konsumen berpengaruh terhadap minat belanja konsumen di supermarket Alfa. (2) Untuk mengetahui apakah norma subyektif konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap minat belanja konsumen. (3) Untuk menganalisis sikap dan norma subyektif konsumen terhadap supermarket Alfa.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu dengan mengumpulkan data primer yaitu dengan menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah Metode Multi Attribute Martin Fishbein, mean aritmatik, dan regresi linear berganda,

Berdasarkan hasil analisis maka dapat disimpulkan bahwa (1) pengaruh sikap konsumen terhadap minat belanja konsumen adalah berpengaruh positif dan signifikan (2) pengaruh norma subyektif terhadap minat belanja adalah berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Sikap, norma subyektif, minat belanja