

ABSTRAK

Toserba Griya Margahayu Raya berdiri sejak 13 Maret 1998. Dari tahun 2002 sampai tahun 2009 peningkatan penjualan di Toserba Griya Margahayu relatif tetap dengan fluktuasi penjualan yang kecil. Dalam 2 bulan terakhir ini yaitu bulan Juni dan Juli, Toserba Griya Margahayu mengalami penurunan penjualan sebesar $\pm 7\%$. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi perilaku konsumen, mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Toserba Griya Margahayu, mengetahui atribut-atribut yang diutamakan oleh konsumen dalam memilih Toserba dan menemukan alternatif-alternatif strategi untuk meningkatkan penjualan.

Variabel penelitian dibuat berdasarkan model roda analisis konsumen yang dikemukakan oleh J. Paul Peter dan Jerry C. Olson untuk analisis perilaku konsumen dan bauran pemasaran 7P. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner. Kuesioner pendahuluan disebarkan kepada responden toserba secara umum sebanyak 30 responden. Kuesioner penelitian disebarkan kepada responden yang pernah berbelanja di Toserba Griya Margahayu sebanyak 120 responden. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan sejumlah metode statistika, yaitu metode untuk mencari ukuran sampel, analisis asosiasi (*Cochran Q Test*), uji validitas dan reliabilitas, uji hipotesis, dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA).

Dari hasil metode IPA, atribut penelitian yang menjadi prioritas perbaikan utama antara lain: kejelasan keterangan penempatan produk dan keamanan diarea parkir. Sedangkan atribut kepuasan konsumen yang harus dipertahankan oleh pihak Toserba, antara lain: kerapian produk yang ditata dan kemudahan akses lokasi. Berdasarkan uji hipotesis atribut yang telah dirasa puas oleh konsumen antara lain kualitas produk yang ditawarkan, harga yang lebih murah dibandingkan Toserba lain, variasi harga antara produk sejenis, iklan mengenai event dan promosi di TV dan Radio, keramahan karyawan Toserba dalam melayani konsumen, kecepatan proses penitipan barang, kecepatan proses pengambilan barang dari tempat penitipan, ketersediaan tempat penitipan barang, serta ketepatan jam operasional.

Berdasarkan hasil roda analisis konsumen, diketahui bahwa tujuan konsumen datang ke Toserba Griya Margahayu adalah hanya untuk berbelanja, mayoritas konsumen berbelanja dengan menggunakan motor dan ditemani oleh keluarga. Konsumen banyak datang ke Toserba pada pukul 15.00-18.00, lama konsumen berbelanja yaitu sekitar 30-60 menit dan barang-barang yang sering dibeli oleh konsumen adalah barang-barang keperluan sehari-hari dengan total biaya sebesar Rp 100.000-Rp 200.000 setiap kali berbelanja.

Usulan kepada pihak Toserba Griya Margahayu dibuat berdasarkan hasil penggabungan metode IPA dan uji Hipotesis dilengkapi dari hasil analisis perilaku konsumen antara lain: Pihak Toserba perlu mengadakan training pada karyawan baru yang akan bekerja, pihak Toserba melakukan promosi pada jam-jam yang sepi pengunjung yaitu pukul 12.00-15.00, menyediakan barang-barang yang sering dicari oleh konsumen untuk melengkapi variasi jenis produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Perilaku Konsumen.....	2-1
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	2-1
2.1.2 Hubungan Antara Perilaku Konsumen Dengan Strategi Pemasaran	2-2
2.1.3 Kerangka Kerja Konseptual: Perilaku Konsumen.....	2-3
2.2 Pemasaran	2-5
2.2.1 Pengertian Pemasaran	2-5
2.2.2 Bauran Pemasaran	2-5
2.3 Konsep Segmentation, Targeting, Positioning.....	2-8
2.4 Instrumen penelitian.....	2-10
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-11
2.6 Teknik Sampling	2-11
2.7 Skala Pengukuran.....	2-13
2.8 Pengujian Instrumen Penelitian.....	2-14
2.8.1 Pengujian Validitas Penelitian.....	2-14
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-16

2.9 Metode Pengolahan Data.....	2-18
2.9.1 Cochran Q Test.....	2-18
2.9.2 Uji Hipotesis.....	2-20
2.9.3 Metode IPA.....	2-21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Studi Pendahuluan	3-3
3.2 Identifikasi Masalah	3-4
3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.4 Perumusan Masalah	3-4
3.5 Penentuan Tujuan Penelitian	3-5
3.6 Studi Pustaka.....	3-5
3.7 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-5
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.9 Uji Validitas konstruksi	3-6
3.10 Cochran Q Test.....	3-7
3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-8
3.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.13 Uji Validitas Eksternal	3-13
3.14 Uji Reliabilitas	3-13
3.15 Pengolahan Data	3-14
3.16 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-15
3.17 Kesimpulan dan Saran	3-15
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Sejarah Umum Perusahaan	4-1
4.2 Struktur Organisasi	4-2
4.3 Deskripsi jabatan	4-4
4.4 Data Hasil Penyebaran Kuesioner	4-3
4.4.1 Kuesioner pendahuluan.....	4-6
4.4.2 Validitas Konstruksi	4-9
4.5 Penyusunan Kuesioner dan Pengumpulan Data Penelitian	4-3
4.5.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	4-8
4.5.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	4-9

4.5.3 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 2.....	4-10
4.5.4 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 3.....	4-14
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pemilihan Pendahuluan	5-1
5.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	5-7
5.2.1 Uji Validitas dan Realibilitas Untuk Kepentingan	5-9
5.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas Untuk Kepuasan	5-9
5.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-11
5.3.1 Uji Hipotesis	5-11
5.3.2 Importance Performance Analysis (IPA)	5-14
5.3.3 Analisis Segmentasi, Targeting dan Positioning	5-18
5.3.4 Analisis Perilaku Konsumen	5-18
5.3.4.1 Afeksi dan Kognisi.....	5-25
5.3.4.2 Lingkungan.....	5-31
5.3.4.3 Perilaku.....	5-32
5.4 Analisis Prioritas Perbaikan Berdasarkan IPA dan Uji Hipotesis ...	5-39
5.5 Usulan Prioritas Perbaikan Dan Hasil Perilaku Konsumen	5-40
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-2
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xv
DATA PENULIS	xvi

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
4.2	Ringkasan Data Responden	4-9
4.3	Perilaku Konsumen	4-10
4.4	Tabel Rekapitulasi Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	4-14
5.1	Atribut Yang Direduksi	5-7
5.2	Atribut Yang Tidak Direduksi	5-8
5.3	Uji Validitas Kepentingan	5-9
5.4	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5-10
5.5	Uji Validitas Kepuasan	5-11
5.6	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5-12
5.7	Tabel Uji Hipotesis	5-13
5.8	Atribut Yang Sudah Puas Berdasarkan Uji Hipotesis	5-15
5.9	Atribut Yang Sudah Belum Puas Berdasarkan Uji Hipotesis	5-16
5.10	Tabel Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan	5-17
5.11	Tabel Kuadran I	5-18
5.12	Tabel Kuadran II	5-19
5.13	Tabel Kuadran III	5-19
5.14	Tabel Kuadran IV	5-20
5.15	Prioritas Perbaikan Berdasarkan IPA dan Uji Hipotesis	5-41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Hubungan Antara Grup Berorientasi-Aksi yang Tertarik Pada Perilaku Konsumen	2-2
2.2	Roda Analisis Konsumen	2-3
2.3	Baura Pemasaran Jasa	2-7
2.4	Grafik Pengujian	2-26
2.5	Diagram Karetesius Importance performance Analysis	2-29
3.1	Langkah-langkah Penelitian	3-1
3.2	Roda Analisis Konsumen	3-6
3.3	Grafik Pengujian	3-8
4.1	Struktur Organisasi Toserba Griya Margahayu	4-3
5.1	Pengujian Hipotesis 1	5-2
5.2	Pengujian Hipotesis 2	5-3
5.3	Pengujian Hipotesis 3	5-4
5.4	Pengujian Hipotesis 4	5-5
5.5	Pengujian Hipotesis 5	5-7
5.6	Uji Hipotesis Atribut 1	5-14
5.7	Gambar Diagram IPA	5-18
5.8	Profil Jumlah Jenis Kelamin Konsumen	5-21
5.9	Profil Jumlah Usia Konsumen	5-21
5.10	Profil Pekerjaan Konsumen	5-22
5.11	Profil Status Konsumen	5-22
5.12	Profil Pendidikan Terakhir Konsumen	5-23
5.13	Profil Skala gaji/uang saku Konsumen	5-24
5.14	Model Roda Analisis Konsumen	5-26
5.15	Diagram Persentase Sumber Informasi	5-27
5.16	Diagram Persentase Alasan Berbelanja	5-28
5.17	Diagram Pengetahuan Keuntungan Menjadi Member	5-28
5.18	Diagram Pengetahuan Program Diskon	5-29

Gambar	Judul	Halaman
5.19	Diagram Penilaian Pelayanan	5-29
5.20	Diagram Pilihan Tempat Belanja	5-30
5.21	Diagram Bayangan Ketika Mendengar Toserba Griya	5-31
5.22	Diagram Tentang Pengalaman Berbelanja	5-32
5.23	Diagram Kenyamanan Berbelanja	5-32
5.24	Diagram Konsumtif Ketika Ada Promosi	5-33
5.25	Diagram Faktor Lingkungan	5-33
5.26	Diagram Tujuan Berbelanja	5-34
5.27	Diagram Cara Melakukan Pembayaran	5-34
5.28	Diagram Frekuensi Kedatangan	5-35
5.29	Diagram Proses Berbelanja	5-35
5.30	Diagram Teman Berbelanja	5-36
5.31	Diagram Hanya Mengunjungi Barang Yang akan Dibeli	5-37
5.32	Diagram Barang Yang Sering Dibeli	5-37
5.33	Diagram Alat Transportasi	5-38
5.34	Diagram Rekomendasi	5-38
5.35	Diagram Waktu Kunjungan	5-39
5.36	Diagram Biaya Yang Dikeluarkan	5-39
5.37	Diagram Loyalitas	5-40
5.38	Diagram Tempat Belanja	5-40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
I	Kuesioner Pendahuluan	LI-1
I	Kuesioner Penelitian	LI-7
II	Data Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	LII-1
II	Data Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	LII-2
III	Output Uji Validitas dan Reliabilitas	LIII-1
IV	Tabel Statistik	LIV-1