

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ferdian Dwi Pramulyo

N.P.M : 09.04.2.1.1.00066

Prodi : Teknik Industri

Fakultas : Teknik

Judul Skripsi : Analisis Variabel Yang Mempengaruhi *Consumer Decision Making Process* Pada Konsumen Bebek Sinjay Untuk Fokus Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis *Path*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Trunojoyo Madura.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,

(Ferdian Dwi Pramulyo)

LEMBAR PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa

Skripsi yang berjudul :

**ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI *CONSUMER*
DECISION MAKING PROCESS PADA KONSUMEN BEBEK
SINJAY UNTUK FOKUS STRATEGI PEMASARAN
MENGUNAKAN ANALISIS *PATH***

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Menempuh Persyaratan
Menyelesaikan Studi Strata Satu (S1) Dan Menempuh Gelar Sarjana Teknik
Industri**

Yang disusun oleh :

FERDIAN DWI PRAMULYO

NIM. 09.04.211.00066

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 22 Juli 2013

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Diterima dan Disetujui,

Dosen Pembimbing I

Dr Rachmad Hidayat.,M.T

NIP.19740619 200604 1 002

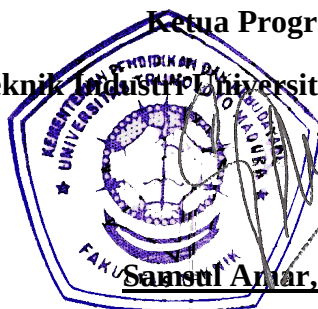
Dosen Pembimbing II

Sabarudin Akhmad, S.T., M.T

NIP. 19710817 200604 1 001

Ketua Program Studi

Teknik Industri Universitas Trunojoyo Madura



Samsul Amar, S.T., M.T.

NIP. 19770924 200604 1 001

ABSTRAK

Objek penelitian ini adalah Warung Bebek Sinjay yang terdapat di Bangkalan Madura. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang merupakan pengumpulan data melalui pertanyaan yang disiapkan untuk responden. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis *path* untuk melihat dan menganalisis variabel-variabel model *consumer decision making process* dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen di Warung Bebek Sinjay. Hasil penelitian menunjukkan jika variabel yang meliputi *problem recognition*, *information search*, *alternative evaluation* dan *purchase decision* mempunyai pengaruh yang signifikan model yang diteliti. Dengan demikian variabel mempunyai nilai positif yang saling menguatkan dalam membentuk model. Diantara variabel bebas yang diteliti, menunjukkan bahwa variabel *internal sources* mempunyai pengaruh yang dominan terhadap keputusan konsumen membeli di Warung Bebek Sinjay. Hal ini didasarkan pada nilai *standardized regression weight* variabel *internal sources* sebesar 0,345. Oleh karena itu perlu menjadi pertimbangan khusus untuk variabel *internal sources* sebagai pedoman pengembangan strategi pemasaran Warung Bebek Sinjay.

Kata Kunci : *Consumer decision making process, problem recognition, information search, alternative evaluation, analisis path, internal sources.*

ABSTRACT

The object of this study is Warung Bebek located in Bangkalan Madura. This study uses questioner which gathering data through the question put the respondents. The analytical method used is the method of path analysis to look at and analyze the variables of the model of consumer decision making process in the purchase decision of consumers in Warung Bebek Sinjay. The result showed that if the variables include problem recognition, information search, alternative evaluation and purchase decision has a significant influence model examined. Thus the variable has a positive value in the form of reinforcing the model. Among the independent variables studied, indicating that the sources of internal variables have a dominant influence on consumer buying decision at the point Bebek Sinjay. It is based on the value of the standardized regression weight of 0,345 sources of internal variables. Therefore, it needs to be special consideration for internal variable sources guidelines for the development of marketing strategies Warung Bebek Sinjay.

Key word : *Consumer decision making process, problem recognition, information search, alternative evaluation, path analysis, internal sources.*

MOTTO

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

“Allah meninggikan orang-orang yang beriman diantara kamu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat” (Depag RI, 1989 : 421)

Tugas kita bukanlah untuk berhasil. Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil

-Mario Teguh-

Mengalah demi Kemenangan ...

-Ayah-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya keilku ini untuk orang-orang yang kusagangi dan kucintai :

- Ayah Ibu tercinta, motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarku sampai kini. Tak pernah cukup ku membalas cinta ayah ibu padaku.
- Saudaraku Amiluddin Hari Mulya dan Tri Rizki Amalia yang tak henti mendo'akanku demi terselesaikannya karya ini.
- Kekasihku tercinta Eka Melinda Pramithasari yang tak henti member semangat dan motivasi untuk segera menyelesaikan Skripsi ini.
- Seluruh keluarga besarku yang telah memberiku kelonggaran waktu sehingga aku dapat melaksanakan perkuliahan hingga penyusunan skripsi sampai tuntas
- Sahabat-sahabatku seperjuangan di kontrakan Salak 1 dan semua teman-teman yang tak mungkin penulis sebutkan satu-persatu, *for u keep fighting spirit.*
- Dan untuk semua pihak yang telah membantu terselesaikannya Skripsi ini penulis ucapkan Terima Kasih.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **"ANALISIS VARIABEL YANG MEMPENGARUHI CONSUMER DECISION MAKING PROCESS PADA KONSUMEN BEBEK SINJAY UNTUK FOKUS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN ANALISIS PATH"** guna melengkapi sebagian syarat dalam mencapai gelar sarjana strata satu (S1) Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Trunojoyo Madura. Shalawat serta dalam tetap tercurahkan kehariaabaan Rasulullah Muhammad SAW.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa adanya bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dan membimbing dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan semua nikmat dan karunianya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik dan lancar.
2. Bapak Dr. Rachmad Hidayat.,ST.MT selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Trunojoyo Madura.
3. Bapak Samsul Amar, ST,.MT selaku ketua program studi Teknik Industri.
4. Ibu Fitri Agustina,ST,.MT selaku koordinator skripsi yang telah membantu kelancaran skripsi.
5. Bapak Dr. Rachmad Hidayat.,ST.MT selaku dosen pembimbing sekaligus bapak Dekan yang tidak henti-hentinya untuk memotivasi penyelesaian skripsi.
6. Bapak Sabarudin Akhmad, ST,.MT selaku dosen pembimbing sekaligus bapak rektor Salak yang tidak henti-hentinya marah untuk memotivasi penyelesaian skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu tercinta serta saudara-saudaraku yang telah membantu dalam doanya.
8. Motivatoraku Eka Melinda Pramithasari tercinta yang selalu membantuku saat aku mengalami kesusahan.

9. Teman-teman kontrakan Salak 1, Dedi partner kerja Q yang sama-sama bingung klo gak bisa ngerjain, Dika teman curhatan, Kacong, Cimol, Cukrik, Andy Eror, Bogel Konyol, Emon Klepon, Aziz Gagap, Ulin Bothak, Coyok MP dan semua teman seperjuangan lain yang juga tidak lelah membantuku dalam mengerjakan laporan Skripsi ini.

10. Anak-Anak TI 09 Semoga Masih Kompak Untuk Masa Mendatang.

Tidak ada di dunia ini yang maha sempurna kecuali Allah Yang Maha Suci. Dengan segala kerendahan hati penulis menyadari penulisan laporan skripsi ini jauh dari sempurna. Untuk itu saran dan kritik lebih penulis sukai dari pada pujian, karena hakekat pujian hanyalah untuk Allah semata-mata.

Bangkalan, Juli 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	2
1.3. Tujuan	2
1.4. Manfaat	3
1.5. Batasan Masalah.....	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumen	4
2.2. Proses Pengambilan Keputusan	6
2.2.1. Maksud Pengambilan Keputusan.....	6
2.2.2. Tingkat Pengambilan Keputusan	8
2.2.3. Model Pengambilan Keputusan	8
2.2.4. Hal-hal diluar Keputusan	9
2.3. Pengenalan Masalah.....	10
2.4. Pencarian Informasi	11
2.5. Evaluasi Alternatif	14
2.6. <i>Purchase Decision</i>	18
2.7. Evaluasi Pasca Akuisisi.....	19
2.8. Proses Psikologi Internal yang Menyertai Pembuatan Keputusan.....	20

2.9. Pembelajaran	21
2.10. Penelitian Terdahulu	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian.....	24
3.2. Perencanaan Sampel Penelitian.....	24
3.3. Metode Pengambilan Sampel.....	24
3.3.1. Kriteria Responden	24
3.3.2. Ukuran Sampel.....	25
3.4. Metode Pengumpulan Data	25
3.4.1. Data Primer	25
3.4.2. Perencanaan Kuesioner	25
3.5. Teknik Pengolahan Data	26
3.5.1. Uji Validitas	26
3.5.2. Uji Reliabilitas	27
3.5.3. Analisis <i>Path</i>	27
3.6. Model Penelitian	28
3.6.1. Definisi Operasional Model	39
3.7. <i>Flowchart</i> Penelitian	31

BAB IV PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

4.1. Pengumpulan Data	32
4.1.1. Penelitian Lapangan.....	32
4.1.2. Validasi Kuesioner.....	32
4.2. Metode Statistik deskriptif	32
4.2.1. Profil Demografi Responden	32
4.2.1.1. Tempat Tinggal	32
4.2.1.2. Jenis Kelamin	33
4.2.1.3. Usia.....	34
4.2.1.4. Pendidikan Terakhir	35
4.2.1.5. Pekerjaan	37
4.2.1.6. Bersama Siapa Makan	38
4.2.1.7. Berapa Kali Makan.....	39

4.2.1.8. Pengeluaran per Bulan.....	41
4.2.1.9. Porsi Dalam Satu Kali Pembelian	43
4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Item Kuesioner	45
4.3.1. Uji Validitas	45
4.3.1.1. Variabel <i>Problem Recognition</i>	45
4.3.1.2. Variabel <i>Need Recognition</i>	46
4.3.1.3. Variabel <i>Opportunity Recognition</i>	47
4.3.1.4. Variabel <i>Information Search</i>	47
4.3.1.5. Variabel <i>Internal Sources</i>	48
4.3.1.6. Variabel <i>External Sources</i>	49
4.3.1.7. Variabel <i>Risk</i>	49
4.3.1.8. Variabel <i>Alternative Evaluation</i>	50
4.3.1.9. Variabel <i>Functional Consequences</i>	51
4.3.1.10. Variabel <i>Psychosocial Consequences</i>	51
4.3.1.11. Variabel <i>Purchase Decision</i>	52
4.3.2. Uji Reliabilitas	52
4.4. <i>Survey Question</i>	53
4.5. Uji Normalitas.....	54
4.6. Uji Heterokedastisitas	54
4.7. Uji Multikolinieritas.....	56
4.8. Uji Autokorelasi	57
4.9. Analisis <i>Crosstabs</i>	58
4.9.1. Jenis Kelamin*Tempat Tinggal	58
4.9.2. Jenis Kelamin*Usia.....	59
4.9.3. Jenis Kelamin*Pendidikan Terakhir	60
4.9.4. Jenis Kelamin*Pekerjaan	61
4.9.5. Jenis Kelamin*Bersama siapa.....	61
4.9.6. Jenis Kelamin*Berapa Kali Makan	62
4.9.7. Jenis Kelamin*Pengeluaran per Bulan	64
4.9.8. Jenis Kelamin*Porsi Pembelian.....	65
4.10. Analisis <i>Path</i>	66
4.10.1. Pengolahan Statistik Untuk Signifikansi	67

4.10.2. Pengolahan Statistik untuk <i>Standardized Regression Weight</i>	68
4.10.3. Interpretasi Pengolahan Statistik untuk <i>Correlation</i>	68
4.10.4. Pengolahan Statistik untuk <i>Standardized Direct Effect, Standardized, Indirect Effect</i> dan <i>Standardized Total Effect</i>	70
4.10.4.1. <i>Standardized Direct Effect</i>	70
4.10.4.2. <i>Standardized Indirect Effect</i>	72
4.10.4.3. <i>Standardized Total Effect</i>	74
4.11. Model Fit.....	77
4.11.1. RMSEA	77
4.11.2. GFI.....	78
4.11.3. AGFI.....	78
4.11.4. CMIN/DF.....	79
4.11.5. TLI	79
4.11.6. CFI	80
4.12. Model <i>Consumer Decision Making Process</i> yang Terbentuk.....	80
4.13. Strategi Pemasaran	83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	85
5.1.1. Mengetahui Besarnya Pengaruh Antar Variabel.....	85
5.2. Saran.....	86
5.2.1. Saran bagi Warung Bebek Sinjai	86
5.2.2. Saran Bagi Penelitian selanjutnya.....	86

DAFTAR PUSTAKA	87
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Case Processing Summary Tempat Tinggal	33
Tabel 4.2 Case Processing Summary Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Case Processing Summary Usia.....	35
Tabel 4.4 Case Processing Summary Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.5 <i>Case Processing Summary</i> Pekerjaan.....	37
Tabel 4.6 Case Processing Summary Bersama Siapa	38
Tabel 4.7 Case Processing Summary Berapa Kali Makan di Sinjay	39
Tabel 4.8 Deskriptif Berapa Kali Makan di Sinjay.....	40
Tabel 4.9 Case Processing Summary Pengeluaran per Bulan.....	41
Tabel 4.10 Descriptive Pengeluaran per Bulan Responden	42
Tabel 4.11 <i>Case Processing Summary</i> Porsi setiap Pembelian	43
Tabel 4.12 Deskriptif Banyak setiap Pembelian.....	44
Tabel 4.13 Uji Validitas <i>Problem Recognition</i>	46
Tabel 4.14 Uji Validitas <i>Need Recognition</i>	46
Tabel 4.15 Uji Validitas <i>Opportunity Recognition</i>	47
Tabel 4.16 Uji Validitas <i>Information Search</i>	48
Tabel 4.17 Uji Validitas <i>Internal Sources</i>	48
Tabel 4.18 Uji Validitas <i>External Sources</i>	49
Tabel 4.19 Uji Validitas <i>Risk</i>	50
Tabel 4.20 Uji Validitas <i>Alternative Evaluation</i>	50
Tabel 4.21 Uji Validitas <i>Functional Consequences</i>	51
Tabel 4.22 Uji Validitas <i>Psychosocial Consequences</i>	51
Tabel 4.23 Uji Validitas <i>Purchase Decision</i>	52

Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Variabel.....	53
Tabel 4.25 Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.26 Uji Heterokedastisitas	55
Tabel 4.27 Uji Multikolinieritas.....	56
Tabel 4.28 Hasil Uji Autokorelasi.....	58
Tabel 4.29 <i>case processing summary</i> Jenis Kelamin*Tempat Tinggal	58
Tabel 4.30 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Tempat Tinggal	58
Tabel 4.31 <i>case processing summary</i> Jenis Kelamin*Usia	59
Tabel 4.32 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Usia.....	59
Tabel 4.33 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin*Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.34 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.35 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin	61
Tabel 4.36 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.37 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin*Bersama Siapa	62
Tabel 4.38 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Bersama Siapa	62
Tabel 4.39 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin*Berapa Kali Makan Di Sinjay	63
Tabel 4.40 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Berapa Kali makan di Sinjay.....	63
Tabel 4.41 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin*Pengeluaran per Bulan....	64
Tabel 4.42 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Pengeluaran per Bulan.....	64
Tabel 4. 43 <i>Case Processing Summary</i> Jenis Kelamin*Berapa Banyak setiap Pembelian.....	65
Tabel 4.44 <i>Crosstabulation</i> Jenis Kelamin*Berapa Banyak setiap Pembelian	65
Tabel 4.45 Hasil Pengujian Signifikansi Regresi.....	67
Tabel 4.46 Hasil Pengolahan <i>Standardized Regression Weight</i>	68
Tabel 4.47 <i>Correlation</i>	68
Tabel 4.48 <i>Standardized Direct Effect</i>	71

Tabel 4.49 <i>Standardized Indirect Effect</i>	72
Tabel 4.50 <i>Standardized Total Effect</i>	74
Tabel 4.51 <i>Goodness of Fit Indices</i>	77
Tabel 4.52 RMSEA.....	77
Tabel 4.53 GFI	78
Tabel 4.54 AGFI	78
Tabel 4.55 CMIN/DF	79
Tabel 4.56 TLI	80
Tabel 4.57 CFI	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen.....	5
Gambar 2.2 <i>Stages in Batch's Consumer Decision Making Process</i>	6
Gambar 2.3 <i>Succesive Sets Involved in Consumer Decision Making</i>	12
Gambar 2.4 <i>Five Types of Perceived Risk</i>	13
Gambar 2.5 <i>Identifying Alternatives</i>	17
Gambar 2.6 <i>Steps between Evaluation of Alternative and a Purchase Decision.</i> ..	19
Gambar 2.7 <i>Internal Psychological Processes</i>	20
Gambar 2.8 <i>The Cognitive Learning Process</i>	22
Gambar 3.1 Model Consumer Decision Making Process.....	28
Gambar 3.2 Flowchart Penelitian	31
Gambar 4.1 Pie Chart Tempat Tinggal Responden.....	33
Gambar 4.2 Pie Chart Jenis Kelamin	34
Gambar 4.3 Pie Chart Usia.....	35
Gambar 4.4 Pie Chart Pendidikan Terakhir	36
Gambar 4.5 Pie Chart Pekerjaan	37
Gambar 4.6 Pie Chart Bersama Siapa Makan Di Sinjay	38
Gambar 4.7 Pie Chart Berapa kali makan di Sinjay	39
Gambar 4.8 Pie Chart Pengeluaran per Bulan.....	41
Gambar 4.9 Pie Chart Banyak setiap Pembelian.....	44
Gambar 4.10 Diagram Pareto.....	53
Gambar 4.11 Model Consumer Decision Making Process	66
Gambar 4.12 Model Jalur Variabel Dominan	83