

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP
PEMBELIAN SABUN DETERJEN DI WILAYAH
KELURAHAN MALAKA SARI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik
Dan Melengkapi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

IRMA LIBRIANTI

No. Pokok : 97420046

NIRM : 973123340250037



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2001**



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Irma Librianti
No. Pokok : 97420046
NIRM : 973123340250037
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisa Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sabun
Deterjen Di Wilayah Kelurahan Malaka Sari

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, Mei 2001

Mengetahui,

Dra. Endang Tri Pujiastuti.

Ketua Jurusan Manajemen

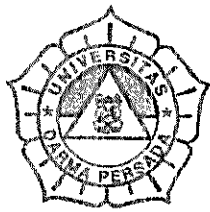
Menyetujui,

1. Pembimbing Materi

Drs. Fauzi Baisyir, MM

2. Pembimbing Tekhnis

Dra. Sri Ari Wahyuningsih, MM



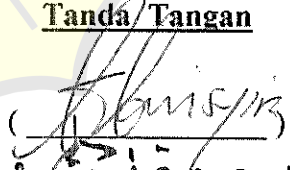
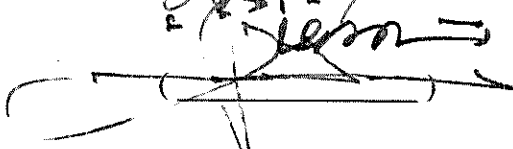
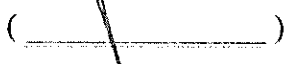
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

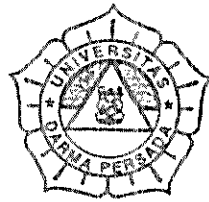
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irma Librianti
No. Pokok : 97420046
NIRM : 973123340250037
Jurusan : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Analisa Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sabun
Deterjen Di Wilayah Kelurahan Malaka Sari

Telah diperiksa, dikaji, dan di ujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi pada
25 Mei 2001 dengan Hasil B

Panitia Penguji Skripsi

<u>Nama</u>	<u>Jabatan</u>	<u>Tanda/Tangan</u>
1. <u>Drs. Fauzi Baisyir. M.M.</u>	Ketua	()
2. <u>Drs. Soeroso.</u>	Anggota	()
3. <u>DR. Suharto Rahman.</u>	Anggota	()



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Irma Librianti
Nim : 97420046
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul : “ Analisa Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sabun Deterjen Di Wilayah Kelurahan Malaka Sari ” di bawah bimbingan Drs. Fauzi Baisyir, MM, benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian atau seluruh dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia mempertanggungjawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

- Yang Menyatakan,



(Irma Librianti)

ABSTRAK

A. Irma Librianti / 97420046 / 973123340250037

B. **ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SABUN DETERJEN DI WILAYAH KELURAHAN MALAKA SARI.**

C. X + 95 Halaman ; 4 Lampiran ; 3 gambar.

D. Kata Kunci : dasar dan faktor pengambilan keputusan.

E. **Alasan dan Tujuan penulisan.** Membuat karya ilmiah dalam bentuk Skripsi dengan melakukan penelitian dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan membeli, khususnya membeli sabun deterjen.

Metode Penelitian. metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif, dengan melakukan pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara, serta kusioner dengan mengumpulkan data yang bersifat kuantitatif dan kualitatif serta bersumber dari data primer dan sekunder.

Hasil Penelitian. (1) Di ketahui bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendidikan dan pengambilan keputusan bagi konsumen dalam melakukan pembelian. (2) Ada pengaruh yang cukup signifikan antara tingkat pendapatan dan pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam melakukan pembelian. (3) Tidak ada pengaruh yang cukup besar dari faktor harga terhadap keputusan membeli. (4) Adanya faktor kebiasab yang ikut mempengaruhi keputusan membeli. (5) Dari ketiga merek deterjen yang ditawarkan, Produk deterjen Attack adalah produk yang memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi, hal ini dikarenakan harga yang dijual di pasar, sekaligus dibuktikan dari jumlah pembeli atau pemakai sabun deterjen ini yang sebagian besar dilakukan oleh konsumen yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi. Sedangkan untuk merek Rinso memiliki tingkat pemakai yang lebih banyak lagi bila dilihat dari seluruh responden dan deterjen Soklin memiliki tingkat konsumsi rata-rata dan cukup seimbang.

Kesimpulan dan Saran. Faktor harga bukanlah hal paling mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan, khususnya bagi konsumen di wilayah Kelurahan Malaka Sari, mungkin hal ini dikarenakan tingginya tingkat pendapatan responden / konsumen secara rata-rata dan secara tidak langsung juga dipengaruhi oleh tingginya tingkat pendidikan secara garis besar. Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa kurang lebih 67 % responden menyatakan tidak dipengaruhi oleh iklan dalam mengambil keputusan. Maka, dari penelitian ini dapat dikatakan bahwa bukan tidak mungkin faktor lain menjadi pengaruh bagi konsumen dalam mengambil keputusan, yaitu seperti faktor kebiasaan dan kepercayaan. Oleh karena itu kedua faktor tersebut bisa menjadi bahan pemikiran bagi para produsen dalam mempromosikan dan memasarkan produknya dan lebih meperhatikan keinginan dan keluhan serata harapan konsumen.

F. **Daftar Acuan :** 11 (1989-1997)

G. **Dosen Pembimbing.** Drs Fauzi Baisyir. MM



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji hanya kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat sehat dan umur panjang sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini . tidak lupa salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kegelapan dan kebodohan ke zaman yang penuh cahaya dan harapan melalui ilmu pengetahuan. Penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat dari seluruh tugas-tugas yang di emban penulis selama menempuh perkuliahan dan menjadi syarat mutlak untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada fakultas Ekonomi Jurusan manajemen Universitas Darma Persada. Meskipun diakui banyak kendala yang harus penulis hadapai selama proses pengumpulan data, penulisan dan penyusunan tugas akhir yang berjudul “ ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SABUN DETERJEN DI WILAYAH KELURAHAN MALAKA SARI” ini, namun berkat keyakinan, kerja keras, bimbingan dan dorongan serta tentunya tetap tawakal kepada Tuhan YME dan doa serta ridho dari orang tua, saudara dan teman-teman penulis, akhirnya tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan tepat waktu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan dan bantuan serta arahan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terwujud. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyempatkan diri mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Yth. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Yth. Bapak Drs. Fauzi Baisyir MM, selaku Pudek II Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada sekaligus sebagai Dosen Pembimbing materi.
3. Yth. Ibu Dra. Sri Ari Wahyuningsih, selaku Dosen Pembimbing tekhnis.

4. Yth. Ibu Dra Endang Tri Pujiastuti selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
5. Seluruh Staff Pengajar dan Staff Administrasi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
6. Mama tercinta atas kasih sayang, doa restu, maupun bantuan materiil dan dorongan moril yang diberikan setiap saat agar penulis segera menyelesaikan penulisan Skripsi ini dan menyelesaikan kuliah dan menyanggah gelar sarjana. Tidak lupa pula penulis sampaikan kepada saudara-saudaraku, Indra, Devi, Edvan, dan Indah, yang secara tidak langsung telah memberikan bantuan berupa ketenangan dan ketentraman serta pengertiannya kepada penulis dalam proses penulisan dan penyusunan Skripsi ini.
7. Papa tercinta dalam peristirahatannya yang damai. Penulis percaya bahwa meskipun telah tiada, dan berbeda dunia, namun papa selalu menyayangi dan mendoakan penulis agar diberikan kekuatan dan kesabaran dalam menyelesaikan Skripsi ini, sekaligus mewujudkan harapan dan cita-cita beliau selama hidupnya yang tak sempat beliau saksikan.
8. Sahabat-sahabat tercinta yang senasip seperjuangan Dorry, Nila, Ceni, Nana, Qori, dan Ferry yang bukan hanya sebagai sahabat tapi juga sebagai kakak dan teman yang selama ini telah memberikan dukungan dan bantuannya kepada penulis khususnya dalam pencarian data dan penyebaran kuisisioner, serta tak lupa juga penulis ucapkan kepada Baihaqi (Kiki) yang meskipun kebersamaan kita sesaat, namun selama itu telah memberikan kasih sayang dan perhatian, serta kepedulian yang amat dalam, yang tidak akan penulis lupakan.
9. Bapak H. Garmin Nurdjaja. MM, selaku kepala Kelurahan Malaka Sari yang telah memberikan izinnya kepada penulis dalam melakukan riset dan pencarian data.
10. Bapak Febri, selaku staff kelurahan Malaka Sari yang telah meluangkan waktunya dan memberikan data yang dibutuhkan kepada penulis guna pencarian data.

11. Rekan-rekan di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu namun telah begitu banyak memberikan bantuannya selama proses penulisan Skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan limpahan rahmat dan karunianya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini .

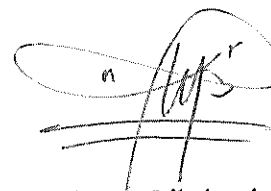
Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum merupakan karya yang sempurna, tapi baru merupakan suatu awal dari proses menuju karya lainnya yang lebih baik. Untuk itu penulis mengaharapkan saran dan kritiknya yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kemajuan ilmu pengetahuan.

Akhirnya penulis berharap agar semua yang telah penulis tuangkan dalam Skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada dan pihak yang membutuhkan dalam menuntut ilmu, serta demi maju dan berkembangnya ilmu pengetahuan.

Alhamdulillah rabbil'alamiin

Jakarta, Mei 2000

Penulis



Irma Librianti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Alasan Pemilihan Judul	1
B. Perumusan dan Pembatasan Masalah	2
C. Metode Penelitian	3
D. Maksud dan Tujuan	4
E. Sistematika Penulisan	5
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran dan Konsep Pemasaran	7
1. Pengertian Pemasaran	7
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	8
3. Pengertian Konsep Pemasaran	9
B. Konsumen dan Perilakunya	12
1. Pengertian Konsumen	12
2. Proses Pembelian	13
3. Proses Pengambilan Keputusan	15

C. Teori-Teori Perilaku konsumen	16
1. Teori Ekonomi Mikro	16
2. Teori Psikologis	18
3. Teori Sosialis	19
4. Teori Antropologis	19
D. Faktor Ektern Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen	20
1. Faktor Kebudayaan	20
2. Kelas Sosial	20
3. Keluarga	22
E. Faktor Intern Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan.....	25
1. Motivasi	25
2. Belajar	28
3. Kepribadian dan Konsep Diri	29
4. Sikap	31
F. Motivasi Pembelian Eceran	32
G. Problema Yang Dihadapai Konsumen.....	33
1. Hukum Perlindungan Konsumen	33

BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Keadaan Geografis	37
1. Luas Wilayah	37
2. Kependudukan	38
B. Identitas Responden	43
C. Karakteristik Produk	43

BAB IV. ANALISIS PEMBAHASAN

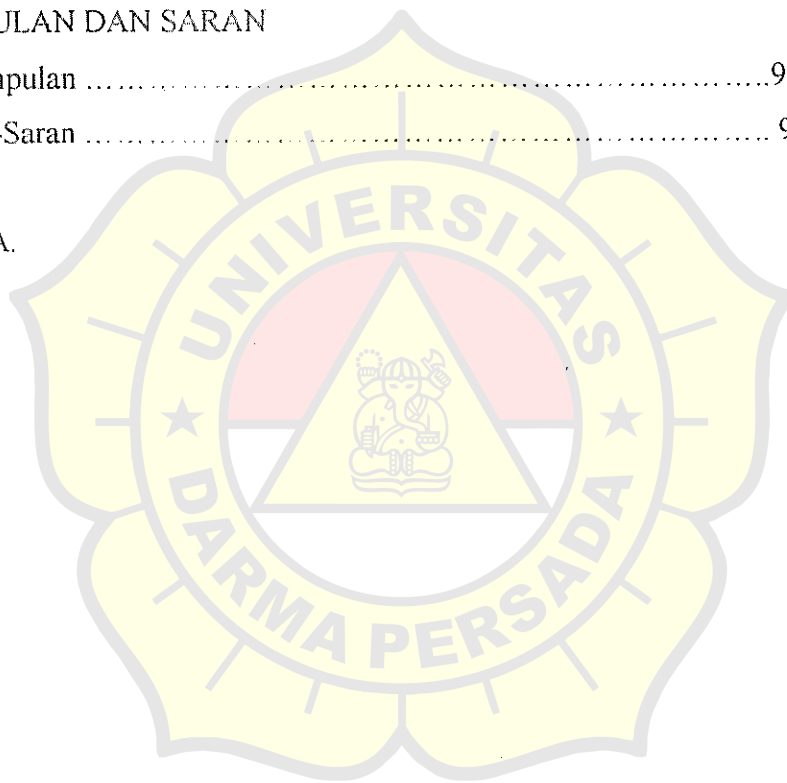
A. Gambaran Umum Responden	44
B. Hipotesisi Terhadap Analisis Perilaku Konsumen	53
1. Menurut Tingkat Pendidikan	53
2. Menurut Tingkat Pendapatan.....	70
C. Tingkat Kepentingan Suatu Produk	87

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	93
B. Saran-Saran	95

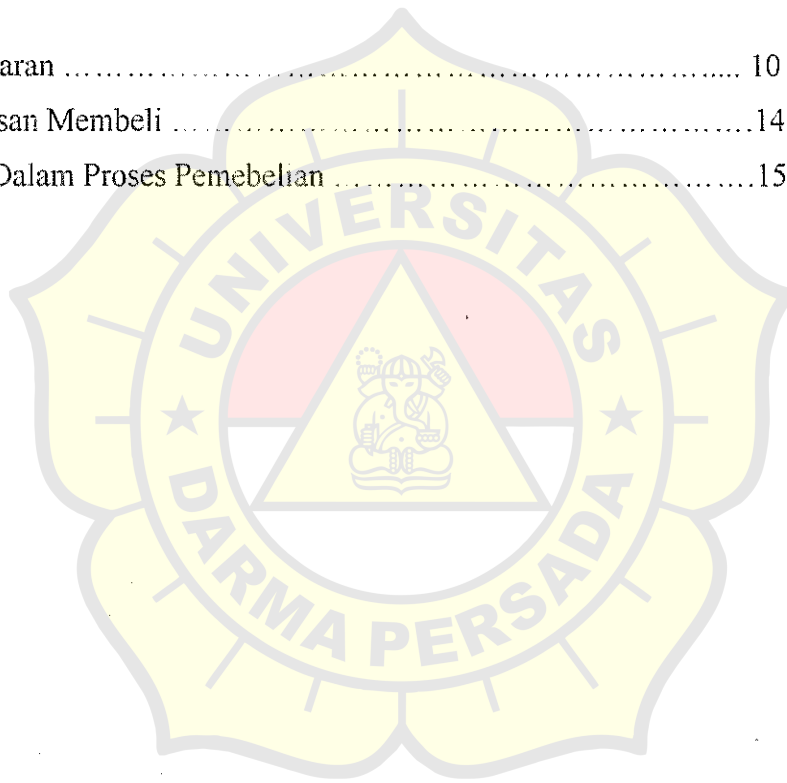
DAFTAR PUSTAKA.

LAMPIRAN.



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
II.1 Konsep Pemasaran	10
II.2 Proses Keputusan Membeli	14
II.3 Tahap-Tahap Dalam Proses Pemebelian	15



DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>	<u>Halaman</u>
III.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur	39
III.2 Jumlah Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan	41
III.3 Jumlah Penduduk Dalam Setiap Rukun Tetangga	42
IV.1 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Usia	44
IV.2 Persentase Responden Berdasarkan Status Perkawinan	45
IV.3 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	46
IV.4 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
IV.5 Persentase Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	47
IV.6 Persentase Responden Berdasarkan Tempat Belanja	48
IV.7 Persentase Responden Yang Mempengaruhi	49
IV.8 Persentase Responden Yang Melakukan Pembelian	50
IV.9 Persentase Responden Yang Menggunakan Deterjen Tertentu	51
IV.10 Persentase Responden Yang Terpengaruh Oleh Iklan	51
IV.11 Persentase Responden Yang Terpengaruh Oleh Posisi Produk	52
IV.12 Hubungan Tingkat Pendidikan Terhadap Pembelian	53
IV.13 Hubungan Tingkat Pendapatan Terhadap Pembelian	70
IV.14 Tingkat Kepentingan Produk	88
IV.15 Nilai Atribut Produk	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul

Alasan penulis untuk memilih judul “ANALISA PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN SABUN DETERJEN” ini, karena penulis merasa tertarik untuk mengetahui dan meneliti lebih dalam tentang analisa suatu perilaku konsumen yang mendasari dan menjadi faktor bagi konsumen tersebut dalam mengambil keputusan membeli suatu produk.

Pada kesempatan ini, penulis sengaja mengambil suatu objek sabun deterjen. Hal ini disebabkan karena saat ini banyak sekali bermunculan sabun-sabun deterjen baru yang sangat menjanjikan kepada konsumen, dan dari beberapa macam merek yang ada, penulis ingin mengetahui dan membandingkan hal-hal yang menjadi dasar bagi konsumen untuk memilih suatu deterjen tertentu. Untuk itu, penulis mengambil beberapa merek deterjen yang akan dijadikan sampel produk dalam penulisan tugas akhir ini, diantaranya deterjen merek Soklin, Rinso, dan Attack.

Dari ketiga jenis deterjen tersebut, penulis sangat tertarik untuk mencari tahu lebih jauh mengenai apa dan bagaimana sikap konsumen terhadap produk tersebut sebelum memutuskan memilih dan membeli, dan alasan mengapa penulis lebih memilih ketiga merek deterjen tersebut yaitu karena penulis merasa ketiga merek

tersebutlah yang saat ini lebih banyak dikenal dan digunakan konsumen selain itu juga karena ketiga merek tersebut telah memiliki market sharing dan pemasaran yang luas dibandingkan deterjen-deterjen lain.

B. Perumusan & Pembatasan Masalah

1. Perumusan Masalah

- a. Apa yang menjadi dasar pemikiran dan faktor bagi konsumen dalam mengambil keputusan membeli produk tersebut?
- b. Apakah positioning produk menjadi faktor utama bagi konsumen dalam membeli jenis produk tersebut?

2. Pembatasan Masalah

Dalam kesempatan ini, penulis ingin membatasi permasalahan yang akan dibahas hanya pada lingkup atau wilayah Kelurahan Malaka Sari, yang terletak di Kecamatan Duren Sawit, Jakarta Timur. Selain itu objek penelitian yang akan di teliti adalah kaum wanita dan ibu rumah tangga yang berusia antara 15 – 50 tahun. Penelitian dilakukan melalui sampel acak dari beberapa rukun tetangga (RT) yang ada di wilayah Kelurahan Malaka Sari .

C. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode Penelitian deskriptis, yaitu penelitian untuk membuat suatu pendeskripsian secara sistematis dan faktual dan akurat mengenai suatu fakta/kejadian dan sifat-sifat populasi.

2. Metode Perolehan Data

Metode peroleh data yang digunakan adalah:

- a. Penelitian kepustakaan (library research): yaitu penelitian yang dilakukan atau di dapat melalui tulisan ataupun data-data yang telah ada baik di kepustakaan maupun dari sumber-sumber yang dibutuhkan
- b. Penelitian Lapangan (field research): yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengamati langsung ataupun melakukan wawancara terhadap responden baik melalui wawancara langsung maupun dengan menyebarkan Quistioner tentang perihal yang hendak diketahui oleh peneliti.

3. Metode Analisis

Metode analisa yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif, yang pada awalnya berasal dari data kuantitatif yang diberi nilai pada setiap jawabannya.

D. Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk memenuhi salah satu pra-syarat dalam menempuh ujian sarjana ekonomi, jurusan manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa perilaku konsumen terhadap pembelian produk deterjen di wilayah kelurahan malaka sari.
3. Untuk mengetahui kaitan antara tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan konsumen terhadap pengambilan keputusan membeli.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh faktor posisi produk di pasar terhadap pengambilan keputusan membeli.

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk meneliti dan mencari tahu pengaruh serta sikap dari suatu konsumen terhadap produk yang telah dibelinya, dan disisi lain penulis mencoba mengaplikasikan atau menganalisa melalui teori-teori dan ilmu yang di dapat selama penulis mengikuti perkuliahan, Sehingga akan terlihat apakah ada keterkaitan antara teori dengan kenyataan di lapangan.

E. Sistematika Penulisan

Didalam memudahkan pembaca mengetahui tentang isi dalam bab-bab selanjutnya, berikut penulis memberikan gambaran mengenai sistematika penulisan :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan ringkasan daripada keseluruhan yang terdiri dari alasan pemilihan judul, perumusan dan pembatasan masalah, metodologi penelitian, maksud dan tujuan penulisan serta uraian singkat mengenai sistematika penulisan

BAB II : LANDASAN TEORI

Penulis menguraikan mengenai pengertian-pengertian dan teori teori mengenai pemasaran, perilaku konsumen, model perilaku konsumen, model proses pembelian oleh konsumen, kerangka analisa perilaku konsumen dan konsep pemasaran serta strategi pemasaran.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai keadaan geografis wilayah penelitian yang terdiri dari luas wilayah, jumlah penduduk keseluruhan, jumlah penduduk berdasarkan tingkat pendidikan dan mata pencaharian, identitas responden serta karakteristik produk.

BAB IV : ANALISIS PEMBAHASAN

Disini dijelaskan mengenai hasil penelitian, yang terdiri dan presentase responden berdasarkan usia, presentase responden berdasarkan tingkat pendidikan, tingkat pendapatan atau pekerjaan, persentase responden berdasarkan tempat belanja dan siapa yang melakukan atau mempengaruhi pembelian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini adalah bab penutup dari skripsi ini, dimana penulis menyimpulkan isi dari bab-bab terdahulu dan memberikan saran- saran serta masukan yang dianggap baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan mengenai pemasaran, khususnya dalam analisa perilaku konsumen.