

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI
MINYAK TELON MEREK CAP LANG
DI WILAYAH KOTAMADYA JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Nama : Yayang Yudhistira

Nim : 43105120 - 165



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

**ANALISA PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBELI
MINYAK TELON MEREK CAP LANG
DI WILAYAH KOTAMADYA JAKARTA BARAT**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

SARJANA EKONOMI

Program Studi Manajemen - Strata 1

Nama : Yayang Yudhistira

Nim : 43105120-165



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yayang Yudhistira

NIM : 43105120-165

Program Studi : Ekonomi Manajemen – S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan penjiplakan (plagiat).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 31 Maret 2001

Yayang Yudhistira

NIM : 43105120-165

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yayang Yudhistira

NIM : 43105120-165

Program Studi : Ekonomi Manajemen –Strata 1

Judul Skripsi : “Analisa Perilaku Konsumen dalam Membeli Minyak
Telon Merek Cap Lang di wilayah Kotamadya DKI
Jakarta Barat “

Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

U N I V E R S I T A S
(Drs. Wawan Purwanto, SE.MM)
M E R C U B U A N A

Dekan Ketua Program Studi Manajemen-S1

(Dra.Yuli Harwani , MM)

(Arief Bowo Prayoga Kasmu,SE.MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Analisa Perilaku Konsumen Dalam Membeli Minyak Telon Merek Cap Lang
Di wilayah DKI Jakarta Barat

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Yayang Yudhistira

43105120-165

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 25 Maret 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

U N I V E R S I T A S

(Drs. Wawan Purwanto, SE,MM)

M E R C U B U A N A

Anggota Dewan Penguji

(Maman Fathurochman,S.E)

Anggota Dewan Penguji

(Ir. Zulfitri, Msi)

KATA PENGANTAR

SalamSejahtera

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan, atas segala berkat dan kasih karunia-Nya yang diberikan kepada kita semua , yang salah satunya berupa berkat kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **Analisa Perilaku Konsumen Dalam Membeli Minyak Telon Merek Cap Lang di wilayah Kotamadya Jakarta Barat** “

(Studi kasus pada pemakai Minyak Telon merek Cap Lang di wilayah Kotamadya Jakarta Barat).

Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Namun sebagai manusia tentunya kita tidak pernah luput dari kesalahan , sehingga penulis pun menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini masih belum sempurna . Karena kesempurnaan itu hanya milik Tuhan. Untuk itu penulis menyampaikan maaf dan akan terus berupaya meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak . Untuk itulah dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan Berkat dan KasihNya.
2. Istriku tercinta Lia Yudhistira yang dengan penuh kesabaran dan kerelaan selalu mendukung dengan doa, memberi dorongan dan motivasi untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.

3. Anak-anakku Samuel dan Amadea Yudhistira yang juga menjadi spirit dan inspirasi untuk ku terus bersemangat dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Yuli Harmani, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Arief Bowo Prayoga K,SE,MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Luna Haningsih ,SE,ME selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
7. Bapak Wawan Purwanto ,Drs,SE,MM selaku pembimbing skripsi sekaligus sebagai ketua penguji saya yang telah banyak memberikan petunjuk dan arahan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Maman Fathurochman, SE. selaku penguji saat sidang yang telah memberikan nilai yang terbaik untuk saya.
9. Bapak Zulfitri,Ir.Msi. juga selaku penguji saat sidang yang telah memberikan nilai yang terbaik untuk saya.
10. Sahabat-sahabat terbaikku mas Denny Kusumayadi ,kang Andilala , mbak Anggita Coy, mbak Anneke dan mbak Lia yang selama masa-masa kuliah sampai skripsi ini selesai selalu saling support , serta tak lupa juga bagi teman-teman seangkatan (angkatan 8) yang punya nama populer gank M8 yang tentu saja tidak bisa saya sebutkan satu persatu “ I love You All”.

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana Perilaku konsumen dalam membeli minyak Telon merek Cap Lang Di wilayah DKI Jakarta Barat yang selanjutnya merupakan sebagai informasi dan inputan bagi produsen dalam mengembangkan pemasaran produk tersebut. Data diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuisioner kepada 133 responden yang berada diwilayah DKI Jakarta Barat yang di ambil dari delapan titik survey berdasarkan jumlah kecamatan. Teknik pengambilan sampel adalah convenience sampling sedangkan alat analisis yang digunakan adalah analisis frekuensi dan analisis faktor dari program SPSS seri ke 17.

Hasil pengolahan data berdasarkan proses yang dilakukan menghasilkan kesimpulan bahwa banyak pengaruh (stimulus) dari luar yang didapatkan oleh Konsumen Minyak telon Cap lang sejak konsumen memahami kebutuhan melakukan pencarian informasi dan melakukan evaluasi namun sebenarnya konsumen Minyak Telon Cap Lang sudah memikirkan dan memutuskan merek sebelum melakukan pembelian.

Dari faktor-faktor perilaku yang mempengaruhi, faktor yang paling dominan memberikan pengaruh terhadap Perilaku konsumen dalam pembelian Minyak Telon Cap Lang adalah pada dimensi Pengenalan kebutuhan artinya konsumen paham dan sadar benar akan kebutuhannya pada Minyak Telon sehingga pada saat mulai memikirkan kebutuhannya langsung memilih Minyak Telon Cap Lang karena dalam hal ini dibenak konsumen sudah melekat ekuitas merek dan atribut merek Cap Lang . Untuk penelitian selanjutnya disarankan melakukan penelitian pada produk selain Minyak Telon dengan lingkup penelitian diperluas

Kata Kunci : Pengenalan kebutuhan,pemahaman ekuitas dan atribut merek mempercepat keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Kerangka Teori Proses Riset.....	7
2.2 Pengertian Pemasaran.....	7
2.3 Perilaku Konsumen.....	9
2.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku.....	10
2.5 Pendalaman Pribadi.....	12

BAB III	METODA PENELITIAN.....	16
	3.1 Lokasi Penelitian.....	16
	3.2 Sejarah Singkat perusahaan.....	16
	3.3 Metoda Penelitian.....	17
	3.4 Populasi dan Sampel.....	18
	3.4.1 Populasi Penelitian.....	18
	3.4.2 Sampel Penelitian.....	19
	3.5. Variabel Pengukuran.....	20
	3.6 Definisi Variabel Operasional.....	20
	3.7 Metoda Pengumpulan Data.....	27
	3.8 Metoda Analisa Data.....	28
BAB IV	ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	30
	4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	31
	4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
	4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	32
	4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	34
	4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
	4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran	36
	4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna	37
	4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pemakai	38
	4.2 Analisis Perilaku Konsumen.....	39
	4.2.1 Dimensi Pengenalan Kebutuhan.....	39
	4.2.2 Analisis Faktor Dimensi Pengenalan Kebutuhan.....	40
	4.2.3 Dimensi Pencarian Informasi.....	43

4.2.4	Analisis Faktor Dimensi Pencarian Informasi.....	43
4.2.5	Dimensi Evaluasi Alternatif	47
4.2.6	Analisis Faktor Dimensi Evaluasi Alternatif.....	48
4.2.7	Dimensi Keputusan Pembelian.....	51
4.2.8	Analisis Faktor Dimensi Keputusan Pembelian.....	51
4.2.9	Dimensi Perilaku Setelah Pembelian.....	54
4.2.10	Analisis Faktor Dimensi Setelah Pembelian.....	55
4.2.11	Tabulasi Faktor yang terbentuk.....	58
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1.	Kesimpulan.....	59
5.2.	Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN		
Lampiran 1	: Analisis Faktor	
Lampiran 2	: Analisis Frekuensi	
Lampiran 3	: Data Penelitian	
Lampiran 4	: Kuisisioner Penelitian	
Lampiran 5	: Data Jumlah Balita	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel 3.1 Proses Keputusan Pembelian.....	26
2. Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..	31
3. Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
4. Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	34
5. Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
6. Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran...	36
7. Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan...	37
8. Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Pemakaian	38
9. Tabel 4.8 Frekuensi Dimensi Pengenalan Kebutuhan.....	39
10. Tabel 4.9 Frekuensi Dimensi Pencarian Informasi	43
11. Tabel 4.10 Frekuensi Dimensi Evaluasi Alternatif	47
12. Tabel 4.11 Frekuensi Dimensi Keputusan Pembelian.....	51
13. Tabel 4.12 Frekuensi Dimensi Sesudah Pembelian	54
14. Tabel 4.13 Tabulasi Faktor yang Terbentuk.....	58



DAFTAR GAMBAR

		Halaman
1. Gambar 2.1	Kerangka Teori Proses Riset.....	7
2. Gambar 4.1	Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
3. Gambar 4.2	Grafik Responden Berdasarkan Usia	33
4. Gambar 4.3	Grafik Responden Berdasarkan Pendidikan...	34
5. Gambar 4.4	Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	35
6. Gambar 4.5	Grafik Responden Berdasarkan Pengeluaran..	36
7. Gambar 4.6	Grafik Responden Berdsarakan Pengguna....	37
8. Gambar 4.7	Grafik Responden Berdasarkan Usia Pemakai	38



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Analisis Faktor
- Lampiran 2 : Analisis Frekuensi
- Lampiran 3 : Data Penelitian
- Lampiran 4 : Kuisioner Penelitian
- Lampiran 5 : Data Jumlah Balita

