



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

Skripsi

**PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PROSES KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH BERBELANJA PADA
DEPT. STORE DAN SUPERMARKET SUZUYA PADANG**

**OLEH:
SAMMY EDINOV
04 152 125**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen*

**PADANG
2008**



No Alumni Universitas

SAMMY EDINOV

No. Alumni Fakultas

a). Tempat / Tanggal Lahir : Padang, 12 Februari 1987 b). Nama Orang Tua : Eddy Yusuf Fuady, B.Sc dan Nofrida, B.Sc c). Fakultas : Ekonomi d). Jurusan : Manajemen e). NoBP : 04152125 f). Tgl Lulus : 16 Juli 2008 g). Predikat Lulus : Dengan Pujian h). IPK : 3,52 i). Lama Studi : 3 tahun 10 bulan j). Alamat : Jl. Parupuk Raya IV No.32 Tabing Padang.

PENGARUH FAKTOR DEMOGRAFI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PROSES KEPUTUSAN KONSUMEN MEMILIH BERBELANJA PADA DEPT. STORE DAN SUPERMARKET SUZUYA PADANG

Skripsi S1 Oleh Sammy Edinov. Pembimbing Dr. Ratni Prima Lita, SE.MM

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya bagi pusat perbelanjaan modern di kota Padang untuk memahami dan mengetahui tentang keinginan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan mereka untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang dan jasa. Beberapa faktor yang mempengaruhi proses keputusan konsumen tersebut adalah faktor demografi dan gaya hidup. Penelitian dilakukan pada Dept. Store dan Supermarket Suzuya Minang Plaza dan Rocky Plaza dengan mengambil 154 responden sebagai sample. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) faktor demografi, gaya hidup, dan proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang, 2) pengaruh faktor demografi dan gaya hidup terhadap proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian kali ini antara lain faktor demografi seperti: jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan dan gaya hidup. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji analisis regresi berganda melalui program SPSS 12.0. Hasil penelitian memperlihatkan: 1) Umumnya responden setuju untuk mempertimbangkan faktor demografi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan serta gaya hidup. Responden mempunyai tanggapan positif terhadap proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang, dan 2) Faktor demografi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya.

Keywords : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, gaya hidup dan proses keputusan konsumen

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 16 Juli 2008
Abstrak telah disetujui oleh penguji :

Tanda Tangan			
Nama Terang	Dr. Ratni Prima Lita, SE.MM	Dr. Yulia Hendri Yenni, SE.Akt	Eri Besra, SE.MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Tafdil Husni, SE, MBA, Ph.D
NIP. 131 656 499

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
Nomor Alumni Fakultas	Nama :	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pola pikir manusia yang berkembang seiring dengan berjalannya waktu telah menjadikan perilaku dan kebiasaan manusia untuk selalu mendapatkan segala sesuatunya serba cepat, praktis dan tidak banyak menghabiskan waktu, tenaga serta pikiran. Melihat hal yang demikian, para pengusaha mempunyai ide untuk merancang suatu tempat belanja modern yang nyaman, terletak di lokasi yang strategis dan lengkap menyediakan segala kebutuhan masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, maka berbagai pusat perbelanjaan modern bermunculan di berbagai tempat di Indonesia termasuk di kota Padang dengan menonjolkan keunggulan mereka masing-masing. Hal ini juga mengakibatkan terjadinya persaingan yang sangat ketat diantara pusat perbelanjaan modern tersebut. Untuk mengantisipasi hal ini, maka setiap pihak yang terlibat harus dapat merumuskan strategi yang tepat yang dapat mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha mereka.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh mereka adalah memahami dan mengetahui tentang keinginan konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses keputusan mereka untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang dan jasa. Beberapa faktor yang mempengaruhi mereka adalah faktor demografi dan gaya hidup. Faktor demografi yaitu seperti jenis kelamin, usia dan siklus hidup, pekerjaan, dan pendapatan. Logikanya, perbedaan jenis kelamin akan mempengaruhi proses keputusan pembelian karena perbedaan perilaku, keinginan, hobi dan kebiasaan. Dalam hal usia, konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda pula karena adanya perbedaan

pembelian karena perbedaan perilaku, keinginan, hobi dan kebiasaan. Dalam hal usia, konsumen yang berbeda usia akan mengkonsumsi produk dan jasa yang berbeda pula karena adanya perbedaan selera dan kesukaan terhadap merek. Namun dari sisi pemasaran, semua penduduk berapapun usianya adalah konsumen.

Jenis pekerjaan yang dimiliki oleh setiap konsumen yang berbeda-beda juga mempengaruhi proses keputusan pembelian karena terdapat perbedaan pendapatan yang terjadi akibat perbedaan jabatan atau kedudukan konsumen di perusahaan tempat mereka bekerja. Semakin tinggi jabatan atau kedudukan yang dimiliki oleh mereka, semakin tinggi pula pendapatan yang mereka terima. Namun hal ini juga menggambarkan semakin besar pula pengeluaran yang mereka keluarkan karena kebutuhan hidup mereka juga meningkat.

Dari hal-hal yang disebutkan diatas, juga didukung dengan gaya hidup yang dipakai oleh konsumen tersebut. Gaya hidup yang berbeda-beda akan membedakan perilaku pembelian yang dilakukan oleh mereka. Konsumen yang berbelanja di pusat perbelanjaan modern biasanya lebih menyukai gaya hidup yang praktis, nyaman, dan memuaskan dengan prestise yang lebih baik.

Kota Padang, sebagai salah satu kota yang sedang mengalami perkembangan yang pesat, dinilai oleh para pengusaha pusat perbelanjaan modern memiliki potensi yang baik sebagai daerah perluasan pangsa pasar mereka. Hingga saat ini, di kota Padang telah berdiri tiga perusahaan retail yang mengkategorikan usaha mereka sebagai pusat perbelanjaan modern, yaitu Ramayana Dept. Store, Matahari Dept. Store dan Dept. Store dan Supermarket Suzuya. Dilihat dari perkembangannya, pusat perbelanjaan modern ini memiliki

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bab analisa dan pembahasan, maka berikut ini penulis mencoba menarik beberapa kesimpulan, keterbatasan dan saran yang mungkin diperlukan terhadap hasil pengolahan variabel-variabel yang diteliti. Hal ini bertujuan untuk dapat memberi pertimbangan kepada pengusaha ritel khususnya Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang sebagai bahan masukan dalam menjalankan usahanya

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengemukakan kesimpulan sebagai berikut:

1. Umumnya responden setuju untuk mempertimbangkan faktor demografi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan serta gaya hidup. Responden mempunyai tanggapan positif terhadap proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang.
2. Faktor demografi jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan serta gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan konsumen memilih berbelanja di Dept. Store dan Supermarket Suzuya Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, H.W., Walker, O.I., & Jean Claude Larreche, (2000), *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis Dengan Orientasi Global*, Edisi 2, Jilid 1, Alih Bahasa: Imam Nurmawan, Erlangga; Jakarta
- Chang, Joshua & Nicholas Samuel, (2004), *Internet Shopper Demographics and Buying Behavior in Australia*, Journal of American Academy of Business, Cambridge; September; 5, 1/2; ABI/INFORM Global page 171-176
- Howard, John A. & Jagdish N. Sheth, *Teori Perilaku Pembeli*, diambil dari *Marketing Classics*, Edisi Revisi, Editor: A. Usmara dan Budiningsih H.B., (2007), Amara Books; Yogyakarta
- Ferdinal, (2005), *Komponen Faktor Perilaku Konsumen Yang Mempengaruhi Mahasiswa Unand Untuk Berbelanja Ke Supermarket Di Kota Padang*, Skripsi S-1, Universitas Andalas, Padang
- Kasali, Rhenald, (2005), *Membidik Pasar Indonesia*, PT. Gramedia Pustaka Utama; Jakarta
- Kotler, Philip, (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 10, Jilid 1, Alih Bahasa: Benyamin Molan, Indeks Prenhallindo; Jakarta
- Kotler, Philip, (2005), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11, Jilid 2, Alih Bahasa: Benyamin Molan, Indeks Prenhallindo; Jakarta
- Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 8, Jilid 1, Alih Bahasa: Damos Sihombing, Erlangga; Jakarta
- Levy, M. & Barton Weitz, (2004), *Retailing Management*, 5th Edition, Mc Graw Hill, Irwin; New York
- Mowen, John C., & Michael Minor, (2002a), *Consumer Behavior*, Edisi 5, Jilid 1, Alih Bahasa: Lina Salim, Erlangga; Jakarta
- Mowen, John C., & Michael Minor, (2002b), *Consumer Behavior*, Edisi 5, Jilid 2, Alih Bahasa: Dwi Kartika Yahya, Erlangga; Jakarta
- Nicholis, JAF., Sydney Roslow & Lucette B. Comer, (2002), *Caribbean and US Shopping Behavior: Contrast and Convergence*, Journal of American Academy of Business, Cambridge; Mar; 1, 2; ABI/INFORM Global page 377-384