

**PENGARUH PERSEPSI BAURAN RITEL DAN FAKTOR
PERSONAL KONSUMEN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ITC FATMAWATI
PT DUTA PERTIWI,Tbk**

SKRIPSI

N a m a : Siti Triwinasis Solecha
N I M : 4310511 – 0024



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2009**

**PENGARUH PERSEPSI BAURAN RITEL DAN FAKTOR
PERSONAL KONSUMEN TERHADAP MINAT
BERKUNJUNG KE ITC FATMAWATI
PT DUTA PERTIWI,Tbk**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen – Strata 1**

**N a m a : Siti Triwinasis Solecha
N I M : 4310511 – 0024**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2009**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : **Siti Triwinasis Solecha**

NIM : **4310511 – 0024**

Program Studi : **Manajemen Pemasaran**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, November 2009

(Siti Triwinasis Solecha)
NIM : 4310511 - 0024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **Siti Triwinasis Solecha**
NIM : **4310511 – 0024**
Program Studi : **Manajemen Pemasaran**
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI BAURAN RITEL
DAN FAKTOR PERSONAL KONSUMEN
TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KE
ITC FATMAWATI PT DUTA PERTIWI,Tbk**
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan oleh :
Pembimbing Skripsi

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A
(Endi Rekarti, SE. ME)

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Yuli Harwani R., Dra., MM)

(Arief Bowo Prayoga K., SE. MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Bauran Ritel dan Faktor Personal Konsumen Terhadap
Minat Berkunjung Ke ITC Fatmawati PT Duta Pertiwi, Tbk

Dipersiapkan dan Disusun oleh :

Siti Triwinasis Solecha

4310511 – 0024

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal **27 Januari 2010**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

Endi Rekarti, SE., ME.

Anggota Dewan Penguji

Priyono, SE., ME.

Anggota Dewan Penguji

Drs. H. Hasanuddin P., MS

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Yang Maha Esa atas rahmat, berkah dan karuniannya yang tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ Pengaruh Persepsi Bauran Ritel dan Faktor Personal Konsumen Terhadap Minat Berkunjung ke ITC Fatmawati PT Duta Pertiwi, Tbk “.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari akan segala kekurangan serta ketidak sempurnaan atau hal-hal yang dikarenakan keterbatasan ilmu maupun pengetahuan dari penulis.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah membantu sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

Terima kasih penulis ucapkan kepada :

1. Yuli Harwani R., Dra. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta
2. Arief Bowo Prayoga K., SE. MM selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1
3. Endi Rekarti, SE. ME selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, saran dan kesabarannya.

4. Bapak/Ibu Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan ilmu dan pengajaran kepada penulis.
5. Uung Hartanto selaku Property Manager ITC Fatmawati
6. Rekan – rekan kerja di Property Managemen ITC Fatmawati
7. Kedua orang tua, kakak penulis yang telah memberikan do'a, dorongan serta bantuan baik moril maupun materil.
8. Suami tercinta, Junanto Wahyu Purnomo atas do'a, dorongan kesabaran yang tiada batas serta motivasi dan bantuan moril maupun materil.
9. Almer Xavier Syafiq Purnomo, anak tercinta yang menjadi pendamping dan penyemangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Mama Omay, orang tua kedua bagi penulis yang tiada lelah memberikan bantuan dan semangat tanpa pamrih.
11. Pihak – pihak lain yang turut membantu selesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis yakin skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga masukan dan kritik akan selalu penulis harapkan untuk memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, November 2009

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	PENDAHULUAN 1
1.1	Latar Belakang Masalah 1
1.2	Perumusan Masalah 4
1.3	Pembatasan Masalah 5
1.4	Tujuan dan Kegunaan Penelitian 6
1.4.1	Tujuan Penelitian 6
1.4.2	Manfaat Penelitian 6
1.5	Sistematika Penulisan 7
BAB II	LANDASAN TEORI 9
2.1	Pemasaran 9
2.2	Bauran Ritel 10
2.3	Persepsi Bauran Ritel 17
2.4	Faktor Personal 20
2.4.1	Faktor Personal yang Mempengaruhi Minat Kunjungan 24
2.4.2	Harga 28
2.5	Minat Kunjungan 30

	2.6 Pengaruh Bauran Ritel dan Faktor Personal Terhadap Minat Kunjungan 33
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN 37
	3.1 Gambaran Umum Perusahaan 37
	3.2 Metode Penelitian 38
	3.3 Hipotesis 39
	3.4 Sampel Penelitian 39
	3.4.1 Populasi 39
	3.4.2 Sampel 40
	3.5 Variabel dan Pengukuran 41
	3.5.1 Variabel 41
	3.5.2 Definisi Operasional Penelitian 42
	3.6 Metode Pengumpulan Data 44
	3.7 Metode Analisis Data 45
	3.7.1 Uji Validitas Instrumen 45
	3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen 45
	3.7.3 Statistik Deskriptif 46
	3.7.4 Uji Regresi Berganda 46
	3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t) 47
BAB IV	ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 48
	4.1 Hasil Penelitian 48
	4.1.1 Penyebaran Kuesioner 48
	4.1.2 Identitas Responden 49
	4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas 53
	a. Uji Validitas Instrumen 53
	b. Uji Reliabilitas Instrumen 59
	4.1.4 Tabulasi dan Statistik Deskriptif 60
	a. Variabel Persepsi Bauran Ritel (X_1) 61
	b. Variabel Faktor Personal (X_2) 65
	c. Variabel Minat Kunjungan (Y) 67
	4.1.5 Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>) 69

4.1.6	Uji Hipotesis Penelitian	72
4.2	Pembahasan	75
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Keterbatasan Penelitian	78
5.3	Saran – saran	79
DAFTAR PUSTAKA		80
LAMPIRAN		81
Lampiran 1:	Analisis Data Responden	81
Lampiran 2:	Reliability X_1	83
Lampiran 3:	Reliability X_2	86
Lampiran 4:	Reliability Y	87
Lampiran 5:	Tabel <i>Descriptive Statistics</i>	88
Lampiran 6:	Tabel <i>Crosstab</i>	90
Lampiran 7:	Tabel <i>Regression</i>	91
Lampiran 8:	Tabel <i>r Product_Moment</i>	92
Lampiran 9:	Data Penelitian	93
Lampiran 10:	Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 11:	Surat Ijin dan Pengantar Penelitian	104

MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian 42
Tabel 3.2	Tabel Pilihan dan Nilai Jawaban untuk Tiap Item Pertanyaan 43
Tabel 4.1	Distribusi Kuesioner dan Pengumpulan Data 48
Tabel 4.2	Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
Tabel 4.3	Identitas Responden Berdasarkan Usia 50
Tabel 4.4	Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan 51
Tabel 4.5	Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/bulan 52
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X_1 (Persepsi Bauran Ritel) 54
Tabel 4.7	Penghitungan Ulang Uji Validitas Instrumen Variabel X_1 (Persepsi Bauran Ritel) 56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X_2 (Faktor Personal) 57
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Y (Minat Kunjungan) 58
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 59
Tabel 4.11	Interval Kelas untuk Penilaian Hasil Jawaban Tiap Item Pertanyaan Kuesioner 61
Tabel 4.12	Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Bauran Ritel (X_1) Berdasarkan <i>Skala Likert</i> 62
Tabel 4.13	<i>Descriptive Statistics</i> 64

Tabel 4.14	Jawaban Responden Terhadap Variabel Faktor Personal (X_2) Berdasarkan <i>Skala Likert</i> 65
Tabel 4.17	<i>Descriptive Statistics</i> 68
Tabel 4.18	Analisis <i>Crosstab</i> , Persepsi Bauran Ritel Terhadap Minat Kunjungan <i>Crosstabulation</i> 70
Tabel 4.19	Analisis <i>Crosstab</i> , Faktor Personal Terhadap Minat Kunjungan <i>Crosstabulation</i> 71
Tabel 4.20	Hasil Uji <i>Adjusted R Square</i> 72
Tabel 4.21	Hasil Uji F (Anova) 73
Tabel 4.22	Hasil Uji Regresi Berganda 73



DAFTAR GAMBAR

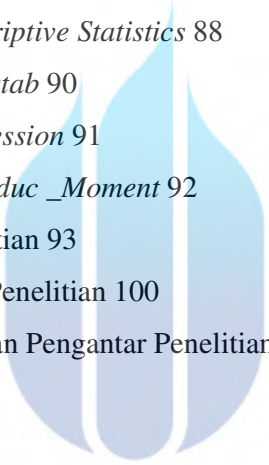
	Halaman
Gambar 2.1	Model Bauran Pemasaran 12
Gambar 2.2	Keputusan Membeli 18
Gambar 2.3	Model Perilaku Konsumen 22
Gambar 2.4	Lima Tahap Proses Keputusan Membeli 33
Gambar 4.1	Grafik Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 49
Gambar 4.2	Grafik Identitas Responden Berdasarkan Usia 50
Gambar 4.3	Grafik Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan 51
Gambar 4.4	Grafik Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan 52
Gambar 4.5	Perolehan Hasil Kuesioner Per Dimensi 63
Gambar 4.6	Perolehan Hasil Kuesioner Variabel Faktor Personal 66

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran 1:	Analisis Data Responden	81
Lampiran 2:	Reliability X_1	83
Lampiran 3:	Reliability X_2	86
Lampiran 4:	Reliability Y	87
Lampiran 5:	Tabel <i>Descriptive Statistics</i>	88
Lampiran 6:	Tabel <i>Crosstab</i>	90
Lampiran 7:	Tabel <i>Regression</i>	91
Lampiran 8:	Tabel <i>r Product_Moment</i>	92
Lampiran 9:	Data Penelitian	93
Lampiran 10:	Kuesioner Penelitian	100
Lampiran 11:	Surat Ijin dan Pengantar Penelitian	104



UNIVERSITAS
MERCU BUANA