

**PENGARUH ATRIBUT IKLAN TERHADAP MOTIVASI
KONSUMEN BERBELANJA DI HYPERMART
MALL PURI DAAN MOGOT JAKARTA**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

Nama : Sanggi Wijanarko
NIM : 4310401-056



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2010

**PENGARUH ATRIBUT IKLAN TERHADAP MOTIVASI
KONSUMEN BERBELANJA DI HYPERMART
MALL PURI DAAN MOGOT JAKARTA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen-Starta 1**

Nama : Sanggi Wijanarko

NIM : 4310401-056



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sanggi Wijanarko

NIM : 4310401-056

Program Studi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Agustus 2010

Sanggi Wijanarko

4310401-056

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Sanggi Wijanarko
NIM : 4310401-056
Judul Skripsi : Pengaruh Atribut Iklan Terhadap Motivasi Konsumen
Berbelanja di Hypermart Mall Puri Daan Mogot Jakarta
Tanggal Lulus Ujian : 27 Agustus 2010

Disahkan Oleh :

UNIVERSITAS
(Drs. Wawan Purwanto, SE,MM)
MERCU BUANA

Dekan

Ketua Program Studi Manajemen-S1

(Drs. Yuli Harwani, MM)

(Arief Bowo Prayoga, SE,MM)

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

Pengaruh Atribut Iklan Terhadap Motivasi Konsumen Berbelanja di Hypermart
Mall Puri Daan Mogot Jakarta

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Sanggi Wijanarko

4310401-056

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 27 Agustus 2010

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji/Pembimbing Skripsi

Drs. Wawan Purwanto, SE,MM

Anggota Dewan Penguji

Mochamad Rizki, BBA, MBA

Anggota Dewan Penguji

Tafiprios, SE, MM

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Dengan segala penuh kerendahan hati, terlebih dahulu penulis sampaikan puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberi kekuatan lahir dan batin karena atas rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun dengan berbagai hambatan yang dialami oleh penulis.

Tak lupa salawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, atas semua yang telah beliau lakukan dan berikan demi umatnya hingga saat ini.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan didalam menempuh ujian akhir Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta dengan judul : **Pengaruh Atribut Iklan Terhadap Motivasi Konsumen Berbelanja di Hypermart Mall Puri Daan Mogot Jakarta.**

Penulis menyadari akan kekurangan bahan tulisan yang jauh dari sempurna, oleh karna itu dengan kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna memperbaiki wawasan berfikir dan pengetahuan di masa yang akan datang.

Terselesaikannya skripsi ini tentu tidak lepas dari peran serta berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Dra. Yuli Harwani, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana
2. Arief Bowo Prayoga, SE,MM Selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana
3. Drs. Wawan Purwanto, SE,MM Selaku Dosen Pembimbing terima kasih atas saran dan kritiknya.
4. Keluarga tercinta, terima kasih telah memberikan motivasi moril dan selalu mendoakan penulis untuk kesuksesan penulis. Terutama anaku Anatasya Keyfara Hasyifa yang telah memberikan semangat.
5. PT. Matahari Putra Prima,Tbk yang telah memberikan ijin Penulis untuk melakukan penelitian.
6. Semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini.

Akhir kata, besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan semua pihak yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Manajemen.....	6
2.2 Arti Pasar.....	11
2.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.4 Konsep Pemasaran.....	13
2.5 Pengertian Atribut.....	14
2.6 Pengertian promosi.....	15
2.7 Bauran promosi.....	17
2.8 Tahap-tahap Dalam Mengembangkan Bauran Promosi.....	27
2.9 Pengertian Motivasi.....	32
2.10 Proses Motivasi.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Analisa Organisasi.....	37
3.2 Sejarah Singkat Dan Perkembangan Perusahaan.....	37
3.3 Metode Penelitian.....	51
3.4 Hipotesis.....	52
3.5 Populasi Dan Sampel.....	52
3.6 Variabel Dan Pengukurannya.....	53
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	56
3.8 Validitas Dan Reliabilitas.....	57
3.9 Metode Analisis Data.....	59

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	62
4.2 Analisis Reliabilitas Dan Validitas	64
4.3 Analisis Jawaban Responden Mengenai Atribut Iklan.....	67
4.4 Analisis Jawaban Responden Mengenai Motivasi Konsumen..	72
4.5 Analisis Pengaruh Atribut Iklan Terhadap Motivasi Konsumen Berbelanja Di Hypermart Mall Puri Daan Mogot.....	77

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.1 Model Motivasi Mowen.....	33
GAMBAR 2.2 Konsep Situasi Keterlibatan.....	34
GAMBAR 3.1 Struktur Organisasi Hypermart.....	41
GAMBAR 3.2 Use Case.....	45
GAMBAR 3.3 Class Diagram.....	46
GAMBAR 3.4 Sequence Diagram.....	47
GAMBAR 3.5 State Diagram.....	48
GAMBAR 3.6 Activity Diagram.....	49
GAMBAR 4.1 Daerah Penolakan Dan Penerimaan.....	79



DAFTAR TABEL

	Hal
TABEL 3.6 Operasional Variabel.....	54
TABEL 3.6.1 <i>Interprestasi Alpha-Cronbarch</i>	59
TABEL 4.1.1 Jenis keKelamin.....	62
TABEL 4.1.2 Usia.....	63
TABEL 4.1.3 Pekerjaan.....	63
TABEL 4.1.4 Rata-rata kunjungan dalam sebulan.....	64
TABEL 4.2.1 <i>Reliability Statistics</i>	65
TABEL 4.2.2 <i>Rekapitulasi Correlated Item-Total Cerrelations</i>	66
TABEL 4.3.1 Pertanyaan Variabel X no.1.....	67
TABEL 4.3.2 Pertanyaan Variabel X no.2.....	67
TABEL 4.3.3 Pertanyaan Variabel X no.3.....	68
TABEL 4.3.4 Pertanyaan Variabel X no.4.....	69
TABEL 4.3.5 Pertanyaan Variabel X no.5.....	69
TABEL 4.3.6 Pertanyaan Variabel X no.6.....	70
TABEL 4.3.7 Pertanyaan Variabel X no.7.....	71
TABEL 4.3.8 Pertanyaan Variabel X no.8.....	71
TABEL 4.4.1 Pertanyaan Variabel Y no.1.....	72
TABEL 4.4.2 Pertanyaan Variabel Y no.2.....	73
TABEL 4.4.3 Pertanyaan Variabel Y no.3.....	73
TABEL 4.4.4 Pertanyaan Variabel Y no.4.....	74
TABEL 4.4.5 Pertanyaan Variabel Y no.5.....	74
TABEL 4.4.6 Pertanyaan Variabel Y no.6.....	75
TABEL 4.4.7 Pertanyaan Variabel Y no.7.....	76
TABEL 4.4.8 Pertanyaan Variabel Y no.8.....	76
TABEL 4.5.1 <i>Entered/removed</i>	77
TABEL 4.5.2 <i>Model Sumary</i>	78
TABEL 4.5.3 <i>Anova</i>	78
TABEL 4.5.4 <i>Cofficients</i>	79

ABSTRAK

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh dari atribut iklan terhadap motivasi konsumen berbelanja. Data ini diperoleh melalui survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 pelanggan hypertmart Mall Puri Daan Mogot, Jakarta. Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah Convenience sampling, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

Hasil pengujian hipotesis menunjukan terdapat pengaruh yang signifikan Dari atribut iklan motivasi konsumen berbelanja.

Kata kunci :Atribut iklan,motivasi konsumen.

