



**UNIVERSITAS INDONESIA**

**PENGARUH NILAI YANG DIPERSEPSIKAN KONSUMEN  
TERHADAP KEINGINAN MEMBELI  
(studi pada toko *offline* dan *online* gramedia)**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana**

**SELLY BALERINA  
0606057224**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM SARJANA EKSTENSI  
DEPARTEMEN ILMU ADMINISTRASI  
DEPOK  
DESEMBER 2008**

## **HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Selly Balerina**

**NPM : 0606057224**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 23 Desember 2008**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :  
Nama : Selly Balerina  
NPM : 0606057224  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Judul Skripsi :  
PENGARUH NILAI YANG DIPERSEPSIKAN KONSUMEN TERHADAP  
KEINGINAN MEMBELI (studi pada toko *offline* dan *online* Gramedia)

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Ekstensi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia**

### Dewan Penguji

Ketua Sidang : Drs. Asrori ,MA,FLMI ( )

Penguji Ahli : Ixora Lunda, S.Sos, MS ( )

Sekretaris Sidang : Drs. Guido Benny, ME ( )

Pembimbing : Fatimah Muchtar, S.Sos., ME ( )

Ditetapkan di :

Tanggal:

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis ingin memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk berkarya melalui skripsi ini, serta atas ridho dan karunia Tuhan Yang Maha Esa pula, proses pembuatan skripsi ini berjalan.

Adapun pemilihan toko Gramedia sebagai perusahaan yang diangkat permasalahannya serta dijadikan topik untuk melihat pengaruh nilai yang dipersepsikan konsumen terhadap keinginan membeli dengan studi pada toko *offline* dan *online* Gramedia ini oleh penulis didasari oleh rasa ketertarikan penulis akan perusahaan yang cukup terkenal ini.

Melalui skripsi ini penulis ingin menyumbangkan penerapan ilmu administrasi yang didapat selama berkuliah, dalam memberikan masukan tentang solusi bagi permasalahan yang dialami toko-toko tersebut. Meskipun dalam proses pembuatannya, penulis melalui berbagai peristiwa suka dan duka, namun proses yang cukup panjang dan berat ini telah membawa sangat banyak pengalaman-pengalaman yang positif dan berharga bagi penulis, terutama memperkaya pengetahuan di bidang ilmu yang memang digeluti penulis semenjak menjadi mahasiswa FISIP dengan jurusan Administrasi Niaga. Disamping itu juga mendatangkan baanyak sekali nilai-nilai tentang kehidupan yang penting dan membangun untuk menjadi bekal di masa yang akan datang.

Oleh karena itu, meskipun skripsi ini masih jauh dari sempurna, besar harapan penulis agar skripsi ini dapat menjadi persembahan bagi perkembangan ilmu administrasi, bagi para dosen yang selama ini membaktikan diri untuk mengajar kami para mahasiswa, maupun bagi pihak-pihak yang telah mendukung terselesaikannya proses ini hingga selesai, terlepas dari segala kesalahan dan kekurangan yang ada.

Depok, Desember 2008

Selly Balerina

## UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama dan utama, saya ingin mengucapkan syukur Alhamdulillah atas semua karunia Tuhan, sehingga saya dapat melalui salah satu proses terpenting dalam hidup saya ini dengan sebaik-baiknya hingga akhirnya selesai. Terima kasih atas kesulitan yang membuat saya berjuang, terima kasih atas hambatan-hambatan yang mengajar saya untuk sabar, dan terima kasih atas semua karunia dan rahmatMu melalui orang tua, keluarga, teman-teman, pembimbing serta pihak-pihak disekeliling saya yang selalu membantu baik secara moral maupun material, yang membuat saya selalu bersyukur.

Terima kasih atas kedua orang tua saya, Mama dan Papa yang tidak pernah lelah memberikan doa dan dukungan . Terima kasih karena kesabarannya menghadapi celi yang sensitif serta kebiasaan buruk yang lain. Terima kasih untuk Nenek yang dengan sabar menunggu di rumah dan memberi doa dan dukungannya selama celi menjalani skripsi. Terima kasih pula untuk kakakku Ola, adik-adikku Jenny dan Citra yang sudah memberi dukungan dan doanya. Terima kasih untuk seluruh keluargaku yang tidak pernah putus doanya untuk saya.

Terima kasih kepada Mbak Fatimah Muctar, S.Sos, M.Si yang telah bersedia meluangkan waktu dan ilmunya dalam membimbing skripsi saya ini hingga selesai. Mohon maaf bila terkadang saya mengganggu waktu luang Mbak Peci dengan pertanyaan-pertanyaan saya, sms saya atau telepon saya. Saya sangat bersyukur atas bimbingan Mbak Peci selama ini, terima kasih. Sukses selalu untuk Mbak Peci semoga semua yang dicita-citakan terkabul dan selalu menjadi yang terbaik.

Terima kasih atas dukungan dan pengarahan serta bimbingan yang telah diberikan oleh segenap dosen di FISIP Universitas Indonesia dan secara khusus para dosen jurusan Administrasi yang telah memberikan bimbingan selama masa kuliah sejak pertama kali masuk hingga pada akhirnya. Terima kasih sudah menjadi guru-guru dalam perjalanan hidup saya. Terima kasih atas waktu dan arahan yang diberikan Bapak Drs. Ahmad Fauzi, ME kepada saya dalam menentukan pembimbing bagi saya.

1. Terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Bambang Shergi Laksomono, MA., selaku Dekan FISIP UI.
2. Terima kasi kepada Bapak Prof. Dr. Eko Prasajo Mag. Rer. Publ, selaku Ketua Departemen Ilmu Administrasi.
3. Terima kasih kepada Bapak Drs. Asrori, MA., FLMI, selaku Ketua Program Sarjana Ekstensi Departemen Ilmu Administrasi
4. Terima kasih kepada Bapak Drs. Ahmad Fauzi, ME selaku Ketua Program Studi Administrasi Niaga yang juga selaku Ketua Sidang Skripsi saya.
5. Terima kasih kepada semua teman-teman angkatan Niaga 2006 atas semua dukungannya: Dhini G., Dhini K., Eva, Gete, Wahit, Rizka, Upi, Ryan, Naya, Gretty, Aci, Jackline, Damita. Perjuangan kita tidak sampai disini ya, *one down and hundreds to go!* Semoga kita sukses semua dalam menggapai cita-cita kita.
6. Terima kasih secara khusus untuk Bonanza Michael Gideon Sinaga, yang dengan perjuangan tidak terkiranya membantu terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas kesabarannya, atas ketenangannya, atas kegigihannya dan ketulusannya mendukung setiap langkah dalam hidupku. *Only God knows how much it meant to me.*
7. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga Allah SWT selalu mendukung dan meridhoi semua langkah kita. Amin.

Depok, Desember 2008

Selly Balerina

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Selly Balerina  
NPM : 0606057224  
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga  
Departemen : Ilmu Administrasi  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Konsumen terhadap Keinginan Membeli (studi pada toko *offline* dan *online* Gramedia)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 23 Desember 2008

Yang menyatakan

(Selly Balerina)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>1. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Batasan Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penelitian.....	10
<b>2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Konteks Penelitian.....	12
2.2 Konstruksi Model Teoritis.....	13
2.3 Model Penelitian.....	39
2.4 Hipotesis.....	42
2.5 Operasionalisasi Konsep.....	43
2.6 Metode Penelitian.....	48
2.6 Teknik Analisa Data.....	50
<b>3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>51</b>
<b>4 ANALISA HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>57</b>
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	57
4.2 Analisis Data Deskriptif.....	66
4.3 Analisis Validitas dan Realibilitas.....	78
4.4 Reailibilitas Penelitian.....	82
4.5 Analisa Regresi Penelitian.....	83
4.6 Implikasi Manajerial.....	101
<b>5 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>102</b>
5.1 Kesimpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>	<b>104</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>107</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>167</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>	
Tabel 2.1	Karakteristik dan Perbedaan Umum Perusahaan Ritel	20
Tabel 2.2	Dimensi Ketertarikan Konsumen	24
Tabel 2.3	Definisi Nilai yang Dipersepsikan Konsumen	27
Tabel 2.4	Operasionalisasi Konsep	40
Tabel 4.1	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kualitas Pelayanan pada Responden Toko <i>Offline</i>	71
Tabel 4.2	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kualitas Pelayanan pada Responden Toko <i>Online</i>	72
Tabel 4.3	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kualitas Produk pada Responden Toko <i>Offline</i>	73
Tabel 4.4	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kualitas Produk pada Responden Toko <i>Online</i>	74
Tabel 4.5	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Nilai Persepsi Resiko pada Responden Toko <i>Offline</i>	75
Tabel 4.6	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Nilai Persepsi Resiko pada Responden Toko <i>Online</i>	76
Tabel 4.7	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga pada Responden Toko <i>Offline</i>	77
Tabel 4.8	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga pada Responden Toko <i>Online</i>	78
Tabel 4.9	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kesenangan pada Responden Toko <i>Offline</i>	79
Tabel 4.10	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Kesenangan pada Responden Toko <i>Online</i>	80
Tabel 4.11	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Keinginan Membeli pada Responden Toko <i>Offline</i>	81
Tabel 4.12	Nilai <i>Mean</i> dan Modus pada Dimensi Keinginan Membeli pada Responden Toko <i>Online</i>	82
Tabel 4.12	Nilai KMO <i>Measure of Sampling</i> Responden Toko <i>Offline</i>	83
Tabel 4.13	Hasil Validitas Penelitian Responden Toko <i>Offline</i>	83
Tabel 4.14	Nilai KMO <i>Measure of Sampling</i> Responden Toko <i>Online</i>	84
Tabel 4.15	Hasil Validitas Penelitian Responden Toko <i>Online</i>	85

Tabel 4.16	Ukuran Realibilitas Penelitian Responden Toko <i>Offline</i>	85
Tabel 4.17	Ukuran Realibilitas Penelitian Responden Toko <i>Online</i>	87
Tabel 4.18	Model <i>Summary</i> Dimensi Kualitas Pelayanan Responden Toko <i>Offline</i>	87
Tabel 4.19	Koefisien Regresi Dimensi Kualitas Pelayanan Responden Toko <i>Offline</i>	88
Tabel 4.20	Hasil Uji Hipotesis Kualitas Pelayanan Responden Toko <i>Offline</i>	88
Tabel 4.21	Model <i>Summary</i> Dimensi Kualitas Pelayanan Responden Toko <i>Online</i>	89
Tabel 4.22	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Kualitas Pelayanan Responden Toko <i>Online</i>	90
Tabel 4.23	Model <i>Summary</i> Dimensi Kualitas Produk Responden Toko <i>Offline</i>	91
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Responden Toko <i>Offline</i>	92
Tabel 4.25	Model <i>Summary</i> Dimensi Kualitas Produk Responden Toko <i>Online</i>	93
Tabel 4.26	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Kualitas Produk Responden Toko <i>Online</i>	94
Tabel 4.27	Model <i>Summary</i> Dimensi Nilai Resiko yang Dipersepsikan Responden Toko <i>Offline</i>	94
Tabel 4.28	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Nilai Resiko yang Dipersepsikan Responden Toko <i>Offline</i>	95
Tabel 4.29	Model <i>Summary</i> Dimensi Nilai Resiko yang Dipersepsikan Responden Toko <i>Online</i>	96
Tabel 4.30	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Nilai Resiko yang Dipersepsikan Responden Toko <i>Online</i>	96
Tabel 4.31	Model <i>Summary</i> Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga Responden Toko <i>Offline</i>	98
Tabel 4.32	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga Responden Toko <i>Offline</i>	98
Tabel 4.33	Model <i>Summary</i> Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga Responden Toko <i>Online</i>	99
Tabel 4.34	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Biaya Waktu dan Tenaga Responden Toko <i>Online</i>	99
Tabel 4.35	Model <i>Summary</i> Dimensi Kesenangan Responden Toko <i>Offline</i>	101

Tabel 4.36	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Kesenangan Responden Toko <i>Offline</i>	101
Tabel 4.37	Model <i>Summary</i> Dimensi Kesenangan Responden Toko <i>Online</i>	102
Tabel 4.38	Hasil Uji Hipotesis Dimensi Kesenangan Responden Toko <i>Online</i>	102



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1 Ritel <i>Mix</i>	20
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden Toko <i>Online</i>	57
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden Toko <i>Offline</i>	58
Gambar 4.3 Usia Responden Toko <i>Online</i>	59
Gambar 4.4 Usia Responden Toko <i>Offline</i>	60
Gambar 4.5 Pendidikan Responden Toko <i>Online</i>	61
Gambar 4.6 Pendidikan Responden Toko <i>Offline</i>	62
Gambar 4.7 Frekuensi Kunjungan per Bulan Responden Toko <i>Online</i>	63
Gambar 4.8 Frekuensi Kunjungan per Bulan Responden Toko <i>Offline</i>	64
Gambar 4.9 Jumlah Pembelanjaan Buku per Bulan Responden Toko <i>Online</i>	65
Gambar 4.10 Jumlah Pembelanjaan Buku per Bulan Responden Toko <i>Offline</i>	76



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>	
Lampiran 1	Kuesioner Responden Toko <i>Offline</i>	107
Lampiran 2	Kuesioner Responden Toko <i>Online</i>	112
Lampiran 3	Hasil Penelitian SPSS Uji Mean dan Modus	117
Lampiran 4	Hasil Penelitian SPSS Regresi	134
Lampiran 5	Hasil Penelitian SPSS Realibilitas	136
Lampiran 6	Hasil Penelitian SPSS Validitas	140

