



UNIVERSITAS INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI

SKRIPSI

ANALISA FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG
PENGALAMAN BELANJA YANG MENYENANGKAN
PADA PUSAT PERBELANJAAN MODERN
(Studi Kasus : 5 Pusat Perbelanjaan di Jakarta)

Diajukan oleh:

Rina Febriani

0604002296

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MENCAPAI
GELAR SARJANA EKONOMI

DEPARTEMEN MANAJEMEN

2008

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rina Febriani

Nomor Mahasiswa : 0604002296

Departemen/Konsentrasi : Manajemen/Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis :

Analisa Faktor-Faktor Yang Mendorong Pengalaman Belanja Yang Menyenangkan Pada Pusat Perbelanjaan Modern (Studi Kasus : 5 Pusat Perbelanjaan di Jakarta)

Belum pernah dibuat sebelumnya oleh orang lain, baik judul maupun isinya.

Sebagai tanda bukti pernyataan saya, bersama ini saya lampirkan daftar skripsi yang pernah ditulis sebelumnya yang berhubungan dengan skripsi saya. Data skripsi ini adalah hasil kompilasi saya dari Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Surat pernyataan ini saya buat dengan jujur dan dengan segala konsekuensinya.

Depok, 4 Juli 2008

Yang membuat pernyataan

Rina Febriani

LAMPIRAN SURAT PERNYATAAN

DAFTAR SKRIPSI

No.	PENULIS	JUDUL SKRIPSI	TAHUN
1.	Irawati Budiningsih	Persepsi Konsumen Terhadap Departemen Store Pasaraya Manggarai.	2001
2.	Fika Indriasari	Analisis Elemen Store Atmosphere Dengan Store Image :Studi kasus Toko Gramedia Depok	2006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala Berkah-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Judul skripsi ini adalah “Analisa Faktor-Faktor Yang Mendorong Pengalaman Belanja Yang Menyenangkan Pada Pusat Perbelanjaan Modern (Studi Kasus: 5 Pusat Perbelanjaan Di Jakarta)”. Secara umum skripsi ini mengambil tema tentang aktivitas belanja. Alasan penulis mengambil tema ini karena ketertarikan penulis akan dunia ritel, salah satunya adalah ritel mal atau pusat perbelanjaan yang sekarang ini nampaknya memiliki prospek yang cerah dan terus berkembang.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhirnya, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak walaupun hanya sedikit. Mudah-mudahan skripsi ini dapat menjadi batu loncatan untuk penulis dalam menulis karya-karya ilmiah lainnya ke depan.

Depok, Juli 2008

Rina Febriani

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya. Mohon maaf jika ada rekan-rekan atau pihak lain yang tidak saya sebutkan semua disini.

1. Orangtuaku tercinta, H.Dadang Suhendar (alm) dan Hj.Yayat Hayati. *Turnuhun pisan* Mah, Pak, buat segala doa, nasehat, didikan dan dukungannya dari semasa kecil sampe sekarang Na bisa lulus kuliah. Untuk almarhum Bapak yang meski hanya sempat 8 tahun bersama, semoga Bapak bahagia dan bangga dengan kelulusan si bungsu ini. Doa Na akan selalu teriring buat Bapak.
2. Kakak-kakakku tersayang : Ineu Handayani, Lia Yulianti dan M.Nurul Yusuf. Makasih buat segala bantuan doa, nasehat, dukungan, moril dan materiil. Akhirnya si bungsu lulus juga kuliah di UI euy!! Mudah-mudahan Na bisa melanjutkan perjuangan kalian untuk keluarga kita. Amien
3. Dosen pembimbing skripsi Pak Arga Hananto. Terima kasih Pak, atas segala bimbingan, bantuan, nasehat dan masukan-masukan yang sangat berharga dan membantu kelancaran skripsi saya.
4. Dosen-dosen di FEUI yang sudah memberikan ilmu nya selama 4 tahun ini.
5. Para staf karyawan di Departemen Manajemen dan Biro Pendidikan terutama Mas Aji, Mas Gino dan Mas Katno.
6. Teman-temanku tercinta di Pandeglang, "Fourpat". Guys,,kalian adalah my best friend yang gak akan ada penggantinya. Thanks friends...buat segala doa, dukungan, dan persahabatan kita selama 16 tahun ini. Love U All,,,

7. Temen-temen yang selalu bersama gw dari awal semester di kampus : Ria dan Nina beserta gw adalah trio pemasaran yang selalu sekelompooook mulu,,hehe,,tapi seru! Rika temen pertama yang gw kenal di Balairung dan gak kalah gokil ma gw sampe sekarang, Rini Anggraini temen sejoli kerudungan yang uda beda statusnya ma gw, so...I'm still free!! Nanda temen seasrama gw di lantai 4 dan Putri si tomboy. Guys,,seneng banget gw bisa kenal sama elo semua, 4 tahun kayaknya belum cukup untuk menjalin persahabatan. Biarpun gw jauh dari daerah, tapi gw berharap kita tetep keep in touch ya!!! Thanks buat segala bantuan doa dan dukungan.
8. Temen-temen Manajemen angkatan 2004: Wilson, KEeeky, Tasya, Kiki jilbab, Anna, Diha, Sulma, Rizkin, Sarah, Laras, Menik, Indah Kati, Miranti, Juwi, Anggi, Dini, Dewi, Femi, Nio, dan semuanya.
9. Terima kasih juga untuk fasilitas laboratorium komputasi tempat favorit gw kalo bête.
10. Temen-temen di Forkoma UI Banten : Zhajang (Makasih banyak uda jadi temen yang selalu membantu Rina dari awal kuliah sampe akhir kuliah), Tigor dan Suroso (lanjutkan perjuangan kalian!!!), Resa, Galih, Ika, Iroh, T'Ira, T'Ambar, T'Nuning dan kakak-kakak forkoma lainnya yang uda pada lulus. Seneng banget bisa bergabung di organisasi kedaerahan ini, bikin gw jadi tambah cinta sama Banten!!!
11. Temen-temen di FSI, specially Mba Rahma dan Mba IMA: Makasi atas doa dan dukungannya.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAKSI.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah.....	5
I.3 Tujuan Penelitian.....	5
I.4 Manfaat Penelitian.....	6
I.5 Kerangka Konseptual dan Hipotesis	6
I.6 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
I.7 Metode Penelitian.....	8
I.8 Sistematika Penulisan.....	9
LANDASAN TEORI	10
II.1 Teori Ritel	10
II.2 Konsep Shopping Center	11
II.3 Shopping Literature	21
II.3.1 Shopping Behavior.....	21
II.3.2 Entertainment dan Shopping Experiences	22
II.3.3 Shopping Value.....	26

II.3.4 Shopping dan Traveling Literature	28
II.3.5 Faktor Yang Mendorong Pengalaman Belanja Yang Menyenangkan.....	30
BAB III	34
METODOLOGI PENELITIAN	34
III.1 Rancangan Penelitian	34
III.1.1 Riset Eksploratoris.....	34
III.1.2 Riset Konklusif	35
III.2 Variabel Penelitian.	38
III.3 Skala Pengukuran	40
III.4 Desain/Sistematika Kuesioner.....	41
III.5 Metode Analisis Data	42
BAB IV	46
PEMBAHASAN	46
IV.1 Perilaku Belanja	46
IV.2 Profil Responden	48
IV.3 Tahap Eksploratori	52
IV.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
IV.5 Analisis Faktor	56
IV.6 Analisis Importance Rating	71
IV.7 Analisa Weighted Factor Rating	73
IV.8 Analisa Faktor Rating Berdasarkan Demografis Responden	75
IV.9 Implikasi Manajerial.....	83
KESIMPULAN DAN SARAN	91
V.1 Kesimpulan	91

V.2 Kelemahan Penelitian	94
V.3 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN 1	99
LAMPIRAN 2	102
LAMPIRAN 3	109



DAFTAR TABEL

Tabel IV-1 : Profil Responden.....	49
Tabel IV-2: Uji Validitas Atribut Retailer.....	53
Tabel IV-3: Uji Validitas Atribut Customer.....	54
Tabel IV- 4:Uji Validitas Atribut Transport.....	54
Tabel IV-5: Reliability Statistics.....	55
Tabel IV-6 : Ringkasan Analisa Faktor Retailer.....	57
Tabel IV-7 : Ringkasan Analisa Faktor Customer.....	63
Tabel IV-8 : Ringkasan Analisa Faktor Transport/Travel Atributte.....	67
Tabel IV-9 : Importance Rating.....	71
Tabel IV-10:Total Importance Rating Setiap Atribut.....	72
Tabel IV-11 :Analisa Weighted Factor Rating.....	74
Tabel IV-12 : Ringkasan Tes Bivariate Untuk Faktor Retailer dan Demografis.....	76
Tabel IV-13: Multiple Comparisons Usia Dengan Faktor Keamanan&Pelayanan.....	76
Tabel IV-14: Multiple Comparisons Antara Pekerjaan Dengan Faktor Atmosfir.....	77
Tabel IV-15: Multiple Comparisons Antara Status Dengan Faktor Atmosfir.....	78
Tabel IV-16: Ringkasan Tes Bivariate Untuk Faktor Customer dan Demografis.....	78
Tabel IV-17: Multiple Comparison Antara Faktor Customer dan Usia.....	79
Tabel IV-18: Multiple Comparison Antara Faktor Customer dan Pendidikan.....	80
Tabel IV-19: Ringkasan Tes Bivariate Untuk Faktor Transport/Travel.....	81
Tabel IV-20: Multiple Comparison Faktor Transport/Travel dengan Pendidikan.....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar I-1	: Model Entertaining Shopping Experience.....	7
Gambar II-1	: Model Entertaining Shopping Experience.....	31
Gambar IV-1	: Frekuensi Kunjungan Ke Mal.....	46
Gambar IV-2	: Jenis Belanja Paling Menarik.....	47
Gambar IV-3	: Rata-rata Pengeluaran Belanja dalam Sekali Kunjungan.....	48
Gambar V-1	: Model Entertaining Shopping Experience(modifikasi hasil penelitian)	92