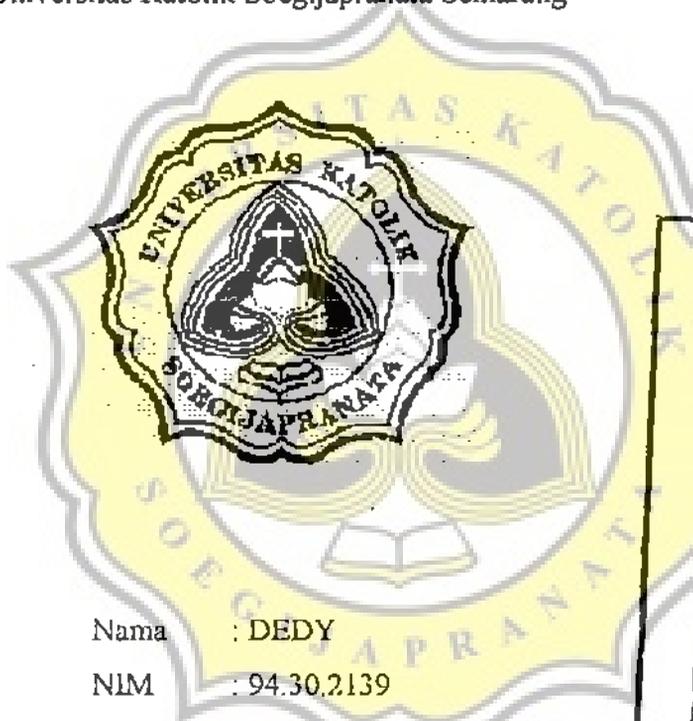




**TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP UNSUR
BAURAN PEMASARAN CLOSET DI PEMUKIMAN
REGENSI BUKIT MAS, VILLA BUKIT MAS,
BUKIT KENCANA JAYA, JATI SARI ASRI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk
menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Nama : DEDY
NIM : 94.30.2139
NIRM : 94.6.111.12016.50321
Jurusan : Manajemen

	PERPUSTAKAAN		
	No. INV.	9927 / E / e-1	
Th. Angg.		Cat :	
PARAP.			TCL. 28.10.02

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

- ❖ Awal dari pengetahuan adalah takut akan Tuhan.
- ❖ Kegagalan bukan suatu akhir, tokoh atau orang yang menjadi besar dan terkenal adalah orang yang pernah gagal.
- ❖ Akhir dari sukses adalah kebebasan kekayaan dan kesehatan.



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ Semua keluarga dan teman yang ada disekitar.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DEDY

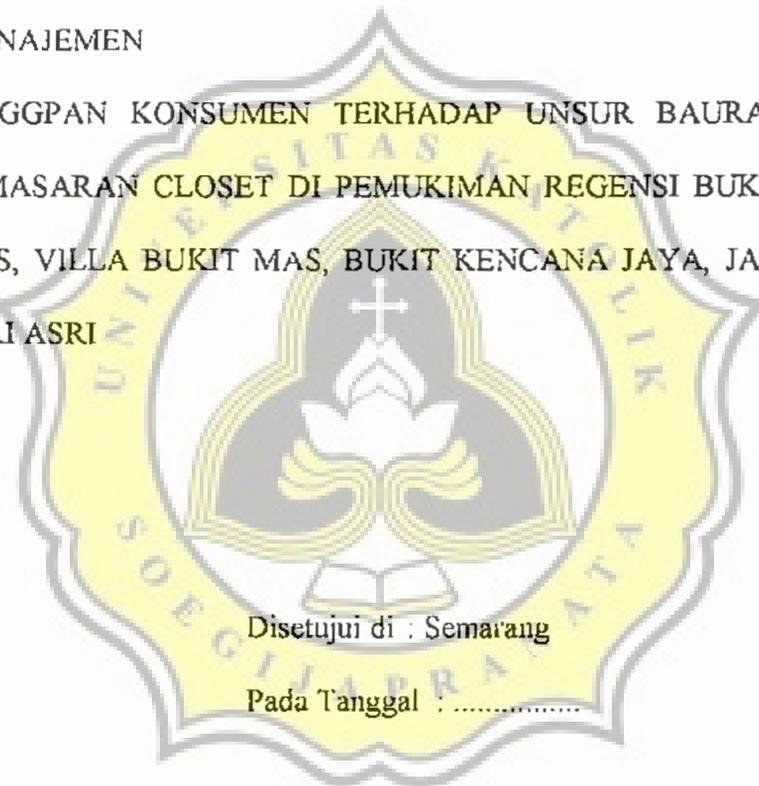
NIM : 94.30.2139

NIRM : 94.6.111.12016.50321

FAKULTAS : EKONOMI

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP UNSUR BAURAN
PEMASARAN CLOSET DI PEMUKIMAN REGENSI BUKIT
MAS, VILLA BUKIT MAS, BUKIT KENCANA JAYA, JATI
SARI ASRI



Disetujui di : Semarang

Pada Tanggal :

Pembimbing Utama

(Ben Karno BP, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : TANGGAPAN KONSUMEN TERHADAP UNSUR
BAURAN PEMASARAN CLOSET Di PEMUKIMAN
REGENSI BUKIT MAS, VILLA BUKIT MAS, BUKIT
KENCANA JAYA, JATI SARI ASRI.

Disusun oleh :

Nama : DEDY

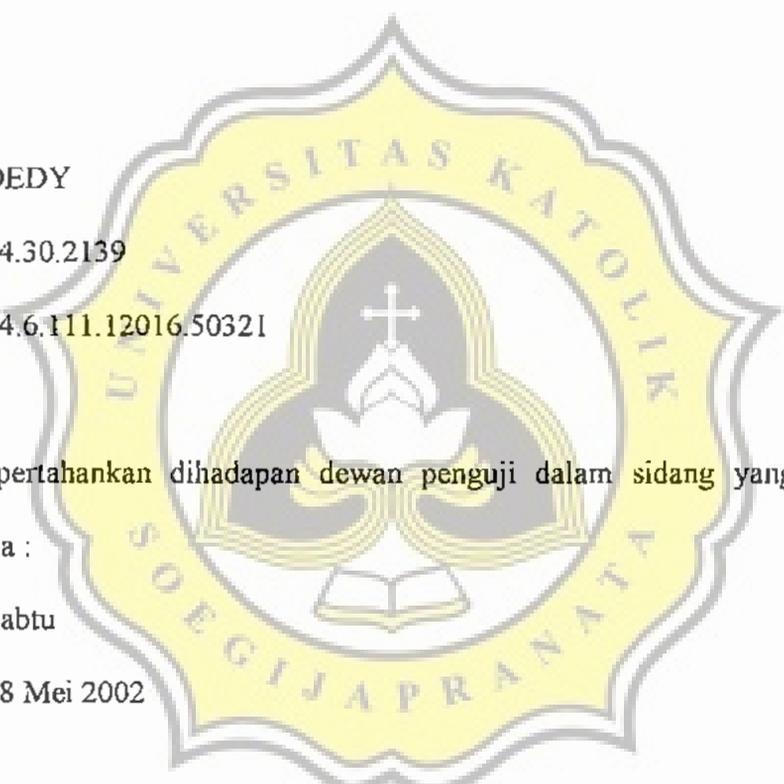
NIM : 94.30.2139

NIRM : 94.6.111.12016.50321

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 18 Mei 2002



Semarang, 18 Mei 2002

Dekan Fakultas Ekonomi

(Vincent Didiek W.A, PhD)

Koordinator penguji

(Dra. Retno Yustini W, Msi)

ABSTRAKSI

Seiring dengan pertumbuhan kebutuhan manusia untuk tempat berteduh, tawaran membeli rumah makin gencar. Ada yang menawarkan lewat iming-iming hadiah apa yang terjadi dalam pasar perumahan itu ujung-ujungnya bersumber pada terbatasnya sumber pendanaan. Dilain pihak konsumen ingin mendapatkan rumah dengan harga murah kalau perlu dengan bunga KPR yang ringan. Kebutuhan akan rumah juga terkait dengan kebutuhan akan kloset sebagai pelengkap kamar mandi dimana ada perbedaan spesifikasi untuk rumah mewah dan rumah sederhana dan variasi pemilihan closet akan timbul dengan sendirinya seiring tingkat gengsi dikalangan masyarakat yang sebelumnya closet adalah tempat pembuangan akhir. Sekarang menjadi trend model di kalangan masyarakat menengah ke atas dan keperluan untuk masyarakat menengah ke bawah.

Dalam hal ini closet membantu pembinaan kepada masyarakat untuk buang air besar tidak sembarangan dan buanglah pada tempatnya, sehingga penyakit tidak mudah terjangkau dengan adanya penampungan untuk tempat limbah dari manusia. Dari permasalahan yang ada penulis mengadakan penelitian mengenai "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen membeli jenis closet".

Permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah :

Faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian closet.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian closet.

Yang menjadi obyek penelitian ini adalah konsumen yang secara langsung memakai jenis closet dan peneliti mengambil daerah atau lokasi penelitian pada areal perumahan mewah di Regensi Bukit Mas dan Villa Bukit Mas, untuk areal perumahan sederhana di Jatisari Indah dan Bukit Kencana Jaya, semua berada di wilayah kota Semarang. Metode pengumpulan yang dilakukan dengan interview adalah cara komunikasi langsung dengan karyawan dalam hal ini marketing maupun manager. Mengenai data jumlah konsumen yang membeli maupun menggunakan closet dan questioner adalah teknik pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan oleh peneliti untuk diisi oleh responden yang diteliti.

Jumlah dari populasi yang digunakan untuk penelitian adalah sebesar 470 orang yang dihitung dalam data. Jatisari Indah 194, Bukit Kencana Jaya 175, Villa Bukit Mas 71, Regensi Bukit Mas 30.

Dalam penelitian ini pengambilan sample dilakukan secara random, adapaun jumlah sample yang ditetapkan berdasarkan hitungan yang ada 82.

Sebelum data dianalisis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen indikator dari masing-masing variabel penelitian yang ada, dapat digunakan dalam menilai atau mengukur variabel penelitian. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas dan diketahui penggunaan instrumen indikator adalah valid dan reliabel, maka data yang diperoleh dapat dianalisis. Apabila terdapat instrumen indikator yang tidak valid dan reliabel,

maka dilakukan perbaikan atas instrumen yang bersangkutan agar valid dan reliabel sebagai instrumen indikator.

Data yang telah terkumpul perlu diolah terlebih dahulu agar lebih mudah dibaca. Tahap-tahap dalam pengolahan data ini adalah (Warsito, 1997 : 87).

1. Penyuntingan

Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini adalah memeriksa seluruh daftar pertanyaan yang dikembalikan responden.

2. Pengkodean

Pengkodean dilakukan dengan memberi tanda (simbol) yang berupa angka pada jawaban responden yang diterima.

Tujuannya adalah untuk menyederhanakan jawaban responden.

3. Tabulasi

Kegiatan yang dilakukan dalam tahap ini adalah menyusun dan menghitung data hasil pengkodean untuk kemudian disajikan dalam bentuk tabel.

Berdasarkan kerangka pikir yang ada hubungannya dengan closet meliputi :

a. Produk, diukur dari :

Bentuk closet, Kebiasaan, Perawatan

b. Harga, diukur dari :

Tingkat harga, kesesuaian harga dengan kualitas.

c. Tempat, diukur dari :

Ketersediaan di tiap toko (ready stock) kemudahan lokasi untuk dijangkau.

d. Promosi, diukur dari :

Daya tarik hadiah, iklan media masa, akan membentuk harapan dan kepercayaan konsumen dalam bentuk perilaku. Perilaku konsumen dapat meningkatkan penjualan closet.

Gambaran umum dari responden yang ada. Responden berdasarkan jenis kelamin terdiri dari 58 orang pria dan 24 orang wanita. Responden berdasarkan umur 20 – 29 tahun 21 orang, 30 – 39 tahun 39 orang, 40 – 49 tahun 11 orang, 50 – 59 tahun 8 orang dan lebih dari 60 tahun 3 orang.

Responden berdasarkan penghasilan menunjukkan bahwa 25 orang dari responden berpenghasilan kurang dari Rp. 300.000,00; 31 orang dari responden berpenghasilan Rp. 300.000,00 – Rp. 650.000,00; 21 orang dari responden berpenghasilan Rp. 650.000,00 – Rp. 1.000.000,00; 5 orang dari responden berpenghasilan lebih dari Rp. 1.000.000,00.

Sedangkan saran-saran yang diberikan penulis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memberikan informasi yang jelas apa yang menjadi keuntungan membeli closet dan memberikan petunjuk perawatan closet yang mudah untuk konsumen pemakai closet.
2. Untuk lebih mempermudah konsumen dalam pencarian closet di toko-toko bangunan dan lokasi yang strategis.

KATA PENGANTAR

Pada kesempatan yang membahagiakan ini, penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmat-Nya pada proses penulisan skripsi ini, mulai dari awal sampai selesainya skripsi. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan program Strata I Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang.

Namun penulis juga menyadari bahwa tersusunya skripsi ini bukan hasil usaha penulis sendiri, tetapi juga bantuan pihak lain. Dalam hal ini penulis mengucapkan terima kasih atas bantuannya hingga terselesainya skripsi ini terutama kepada :

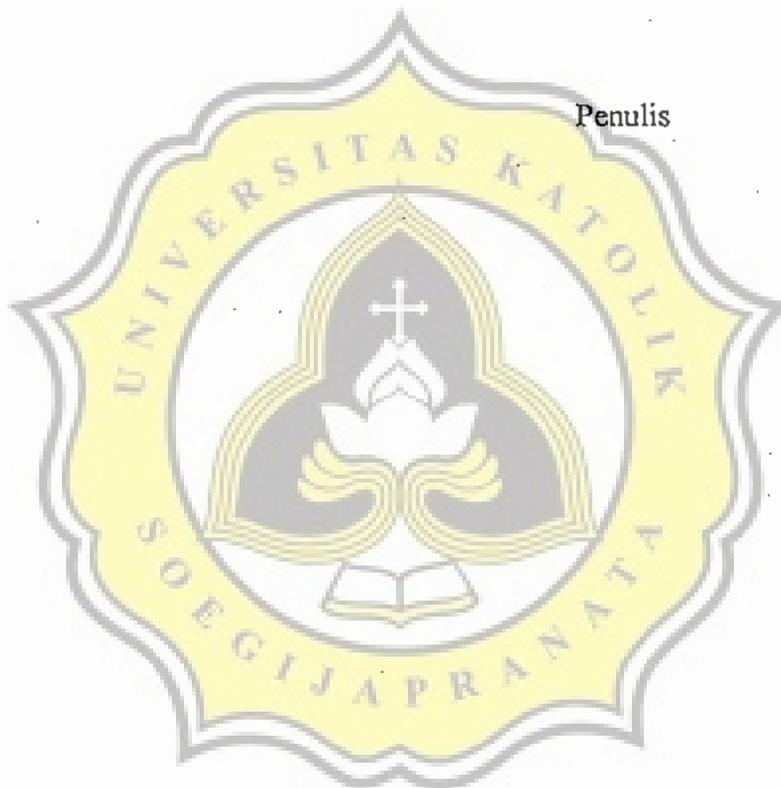
1. Bapak yang ada di surga, selaku Pemberi Hikmah dan Pengetahuan.
2. DR. Vincent Didiek, MBA , selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata.
3. Bapak Ben Karno BP, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang memberikan saran dan kritiknya.
4. Pihak yang terkait yang telah memberi bantuan
5. Sekeluarga
6. Eny

Dan dengan segala kelebihan dan kekurangan skripsi ini terbentuk dengan harapan dapat berguna bagi penulis maupun pihak lain.

Dalam Nama Yang Maha Esa.

Semarang,

2001



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	2
1.3. Pembatasan Masalah	2
1.4. Tujuan Penelitian	2
1.5. Manfaat Penelitian	3
1.6. Sistematika Penelitian	3

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran dan Perilaku Konsumen.....	5
2.2. Strategi Bauran Pemasaran.....	5
2.3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	7
2.4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	7
2.5. Tipe-Tipe Perilaku Membeli.....	11
2.6. Kerangka Pikir.....	12
2.7. Definisi Operasional.....	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian dan Obyek Penelitian.....	18
3.2. Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3. Populasi Dan Sampel.....	19
3.4. Uji Validitas dan ReReliabilitas.....	21
3.5. Pengolahan Data.....	23
3.6. Analisis Data.....	24

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

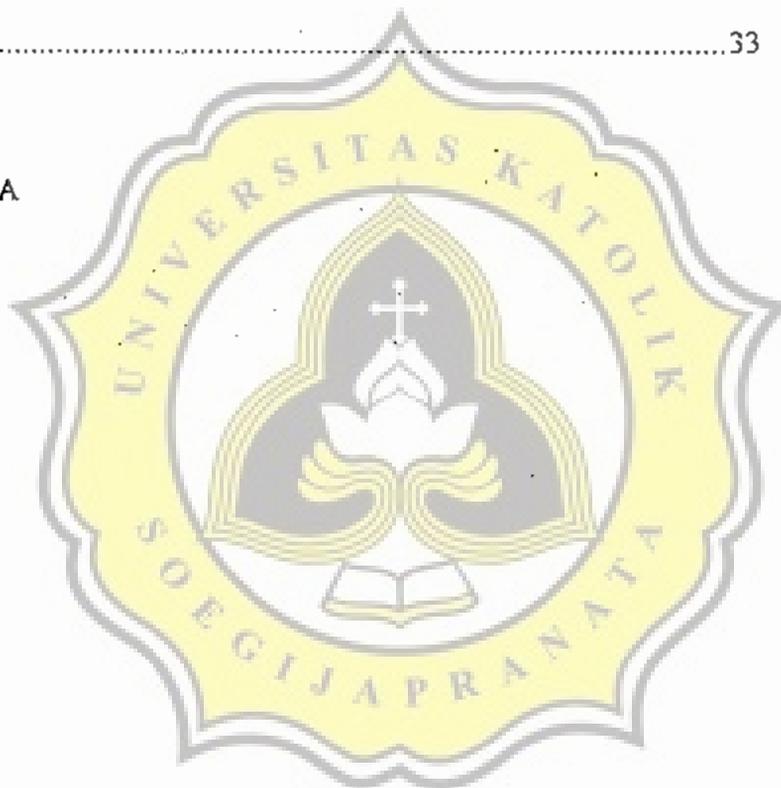
4.1. Pendahuluan.....	25
4.1.1. Jatisari Irdah.....	25
4.1.2. Bukit Kencana Jasa.....	26
4.1.3. Villa Bukit Mas.....	26
4.1.4. Regresi Bukit Mas.....	26

4.2. Gambaran Umum Responden.....	27
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
4.4. Analisis Hasil Penelitian.....	31

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan.....	33
5.2. Saran.....	33

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1. Jumlah Pemakai Closet di empat Perumahan Kota Semarang.

TABEL 4.2.1. Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

TABEL 4.2.2. Jumlah Responden Berdasarkan Umur.

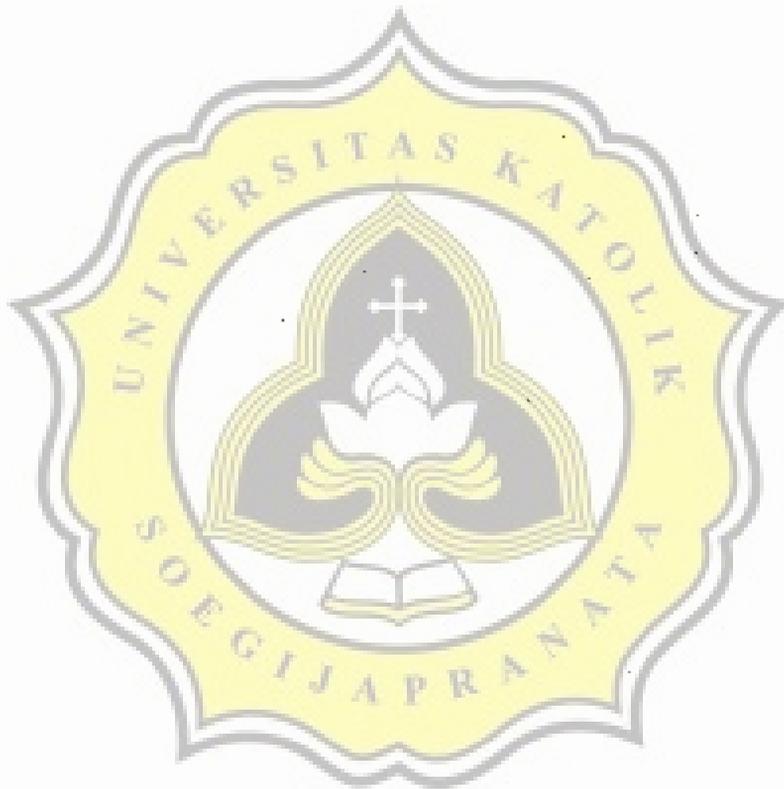
TABEL 4.2.3. Jumlah Responden Berdasarkan Penghasilan.

TABEL 4.3.1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 2.6. Kerangka Pikir



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji SPSS
- Lampiran 3 : Data Lokasi Survei
- Lampiran 4 : Tabel Nilai-Nilai dan Tabel Nilai-nilai R Product Moment

