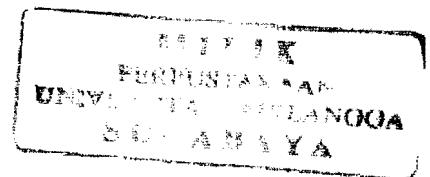


KK
B 187/03
Man
a

**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN
ATAS BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP MINAT BELI
(STUDI KASUS PADA *Factory Outlet* "MARKET" di SURABAYA)**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

IRANIA MANULLANG
No. Pokok : 049711557 E

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2003**

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH SIKAP KONSUMEN
ATAS BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP MINAT BELI
(STUDI KASUS PADA *Factory Outlet* "MARKET" di SURABAYA)**

DIAJUKAN OLEH :
IRANIA MANULLANG
No. Pokok: 049711557 E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

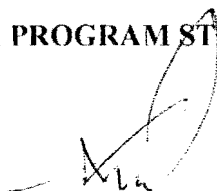
DOSEN PEMBIMBING,



Dra. Ec. Hj. INDRIANAWATI USMAN, M.Sc.

TANGGAL ^{2 JULI 2003}

KETUA PROGRAM STUDI,



Dr. H. AMIRUDDIN UMAR, S.E.

TANGGAL ^{30 JULI 2003}

ABSTRAK

Pada pertengahan tahun 2001 berbagai surat kabar memberitakan mengenai *booming* para pengusaha dari Bandung yang ramai-ramai mendirikan usaha *Factory Outlet* (FO) di Surabaya sehingga mulai pertengahan tahun 2001, banyak *outlet* FO berdiri. Konsep FO menawarkan produk berlabel sisa ekspor dan produk impor. FO yang mampu bertahan adalah FO yang mampu memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan dari konsumennya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah sikap konsumen atas bauran pemasaran jasa yang terdiri dari tujuh variabel yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses berpengaruh terhadap minat beli. Obyek penelitian ini adalah FO "MARKET" Surabaya.

Variabel bebas (X) yang digunakan ada tujuh yaitu produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses. Sedangkan variabel terikat (Y) yang digunakan hanya ada satu yaitu minat beli.

Jumlah kuisioner yang digunakan sebanyak 100 lembar kuisioner, dengan menggunakan metode *convenience sampling* yaitu peneliti memilih/menseleksi sampel dari anggota populasi yang paling mudah dijumpai atau diakses yaitu orang-orang yang berkunjung ke FO "MARKET". Setelah memenuhi jumlah responden yang dibutuhkan, dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas dengan menggunakan *Alpha Cronbach*.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan bahwa sikap konsumen atas produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik, dan proses secara simultan maupun parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli pada FO "MARKET" Surabaya.

Model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan dari penelitian adalah: $Y = -2,200 + 0,152.X_1 + 0,221.X_2 + 0,232.X_3 + 0,139.X_4 + 0,203.X_5 + 0,448.X_6 + 0,218.X_7$

Nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,846 atau mendekati 1. Artinya hubungan antara variabel bebas yang meliputi produk (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), bukti fisik (X_6), dan proses (X_7) terhadap variabel terikat (Y) yaitu minat beli adalah sangat erat dan tanda positif menunjukkan hubungan yang searah dan jika nilai variabel bebas meningkat maka nilai variabel terikat juga meningkat.

Presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan oleh koefisien determinasi simultan ($R_{squared}$) adalah sebesar 71,6%. Sedangkan sisanya sebesar 28,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel bebas penelitian ini. Variabel bukti fisik (X_6) merupakan variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi variabel terikat yaitu minat beli berdasarkan dari hasil nilai koefisien determinasi psarsial sebesar 0,226 atau 22,6 %.