

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen  
dalam Memilih Pusat Perbelanjaan Ramai Mall  
sebagai Tempat Berbelanja di Yogyakarta**

**SKRIPSI**



**Ditulis Oleh :**

**Nama : Sylvanto DM.**

**No. Mhs : 99 311 075**

**Program Studi : Manajemen**

**Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2005**

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen  
dalam Memilih Pusat Perbelanjaan Ramai Mall  
sebagai Tempat Berbelanja di Yogyakarta**

**Telah dipertahankan/diuji dan disahkan  
untuk memenuhi syarat guna memperoleh  
gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia**

**Nama : Sylvanto DM.  
No. Mhs : 99 311 075  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**Yogyakarta, Mei 2005  
Telah disetujui dan disahkan oleh**

**Penguji/Pembimbing Skripsi : Drs. H. Djoko Utomo, MM**

**Penguji I : Drs. Sutrisno, MM**

**Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia**



**Drs. Suwarsono Muhammad, MA**

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMILIH  
PUSAT PERBELANJAAN RAMAI MALL SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA DI  
YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: SYLVANTO DJOKO MULYONO  
Nomor mahasiswa: 99311075**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 13 Mei 2005

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Djoko Utomo, MM

Penguji : Drs. Sutrisno, MM



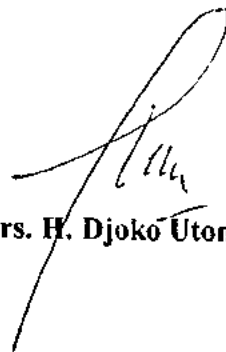
Drs. Suwarsono, MA

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen  
dalam Memilih Pusat Perbelanjaan Ramai Mall  
sebagai Tempat Berbelanja di Yogyakarta**

**Nama : Sylvanto Djoko Mulyono**  
**Nomor Mahasiswa : 99311075**  
**Program Studi : Manajemen**  
**Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**Yogyakarta, April 2005**

**Telah disetujui dan disahkan oleh  
Dosen Pembimbing**



**Drs. H. Djoko Utomo, MM**

## PERNYATAAN

Pada hari ini, Jum'at 13 Mei 2005, yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SYLVANTO DJOKO MULYONO

No. Mhs : 99 311 075

Jurusan : EKONOMI MANAGEMENT

Dengan ini menyatakan sebenar-benarnya dan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat dengan judul :

“FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN  
DALAM MEMILIH PUSAT PERBELANJAAN RAMAI MALL SEBAGAI  
TEMPAT BERBELANJA DI YOGYAKARTA”

Telah saya susun dan tidak merupakan hasil dari tulisan atau saduran orang lain sehingga merupakan hasil karya sendiri.

Demikian pernyataan ini di buat, untuk menghindari adanya tuntutan dari pihak lain yang terkait dengan skripsi ini.

Yogyakarta, 13 Mei 2005  
Yang membuat pernyataan,

SYLVANTO. DM

## **MOTTO**

WAKTU HANYA DIMILIKI  
OLEH SESEORANG  
YANG DAPAT MENGGUNAKANNYA  
DAN  
CARA PENGGUNAAN YANG DIMILIKI  
AKAN MENENTUKAN  
APA YANG AKAN DIPEROLEHNYA  
DI DUNIA INI

## PERSEMBAHAN

Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi nikmat dan karuniaNYA

sehingga saat ini saya peroleh

gelar kesarjanaan

Saya sadari pula bahwa semua ini tidak terlepas

doa yang tiada hentinya

dari Ayah Bunda tercinta dan

Adik yang selalu mendorong serta

Kekasih hati yang juga memberi semangat

sehingga bisa sampai ke tujuan ini

## Kata Pengantar

Dengan segenap rasa syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat NYA sehingga penyusunan skripsi ini dapat penulis selesaikan.

Skripsi ini berjudul “FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM MEMILIH PUSAT PERBELANJAAN RAMAI MALL SEBAGAI TEMPAT BERBELANJA DI YOGYAKARTA”

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari tidak akan terlaksana tanpa bantuan banyak pihak. Untuk itu atas segala bantuannya baik moril maupun materiil, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada

1. Bapak Suwarsono, Drs., M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak H. Djoko Utomo, Drs., MM., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan saran dan petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ketua, Dosen-dosen dan para staf jurusan Manajemen yang telah banyak membantu penulis dalam proses studi di kampus FE UII.
4. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu memberi dorongan, semangat, nasehat serta doa untuk keberhasilan penulis.
5. Adikku yang selalu mendoakan, memberi semangat dan menyayangiku.
6. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.....

Thanks for everything...

Semoga apa yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini dapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Pada akhirnya penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan ini banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi setiap pembacanya.



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Halaman Motto .....	iii
Halaman Persembahan .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	vii
Daftar Tabel .....	ix
Daftar Gambar .....	xi
Daftar Lampiran .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	5
2.2 Perilaku Konsumen .....	6
2.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	8
2.3.1. Faktor Ekstern .....	8
2.3.2. Faktor Intern .....	13
2.4 Motivasi Konsumen .....	17
2.4.1 Pengertian Motivasi .....	17
2.4.2 Jenis-jenis Motivasi .....	18
2.4.3 Dinamika Proses Motivasi .....	21
2.5 Implikasi Perilaku Konsumen Terhadap Segmentasi Pemasaran .....	22
2.5.1 Kelas Sosial Atas .....	22
2.5.2 Kelas Sosial Menengah .....	23
2.5.3 Kelas Sosial Bawah .....	23
2.6 Hipotesis .....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Jenis Penelitian .....	24
3.2. Obyek Penelitian .....	24
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1. Populasi .....	25
3.3.2. Sampel .....	25
3.4 Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.5 Data yang Diperlukan .....	27
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	28
3.7 Operasionalisasi Variabel .....	28