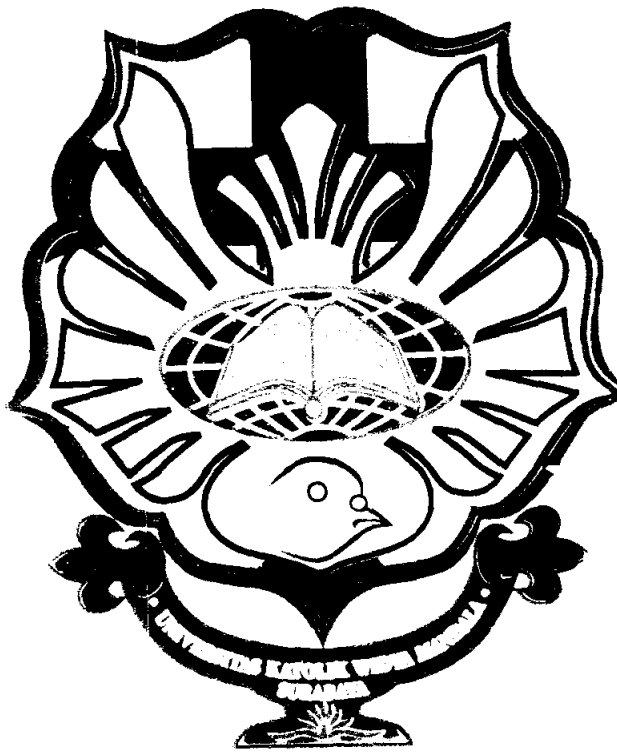


PERANAN LINGKUNGAN BELANJA DALAM MENARIK
MINAT KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG
KE FACTORY OUTLET



Oleh :

LAMRIA OKTARINA

3103003210

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2008

0703 / 13
15-02-2013
FB-m
FB-m
okt
P

**PERANAN LINGKUNGAN BELANJA DALAM MENARIK MINAT
KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG KE FACTORY OUTLET**

**TUGAS AKHIR
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen**

OLEH :

**LAMRIA OKTARINA
3103003210**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
JANUARI 2008**

LEMBAR PERSETUJUAN

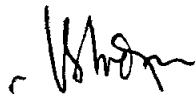
MAKALAH TUGAS AKHIR

**PERANAN LINGKUNGAN BELANJA DALAM MENARIK MINAT
KONSUMEN UNTUK BERKUNJUNG KE FACTORY OUTLET**

OLEH :

LAMRIA OKTARINA
3103003210

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :



MARGARETHA ARDHANRI, SE, M.Si,

Tanggal, 11/1 '08

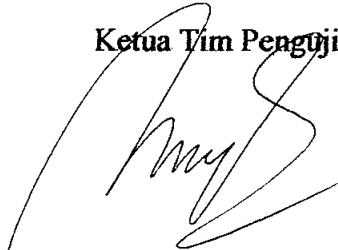
LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang di tulis oleh: **LAMRIA OKTARINA**

NRP : **3103003210**

Telah disajikan pada tanggal : 31 Januari 2008 dihadapan Tim Penguji

Ketua Tim Penguji

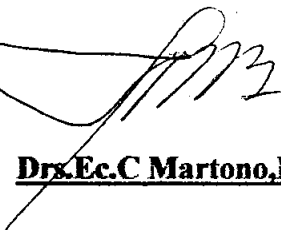


Dra.EC.Sri Yunan Budiarsi.M.Si

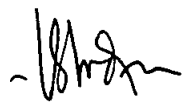
Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs.Ec.C Martono,M.Si



Margaretha Ardhanari,SE,M.Si

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GRAFIK	iv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Pokok Bahasan	4
1.3. Tujuan Pembahasan	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Pengertian Pemasaran	5
2.2. Lingkungan Belanja	6
2.3. Retail	13
2.4. Lokasi Retail	14
2.5. Factory Outlet	16
2.6. Minat Konsumen	17
BAB III : PEMBAHASAN	23
BAB IV : KESIMPULAN	41

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Lokasi	27
Grafik 2. Layout	29
Grafik 3. Sarana Dan Prasarana	31
Grafik 4. Pencahayaan	33
Grafik 5. Pewarnaan	35

ABSTRAKSI

Setiap perusahaan dalam kegiatan pemasarannya selalu mempunyai tujuan agar perusahaan dapat berkembang dan mempertahankan diri. Yang lebih penting lagi adalah perusahaan mengalami peningkatan omzet penjualan, maka perusahaan akan mempunyai peningkatan keuntungan. Dengan meningkatnya keuntungan ini perusahaan dapat mengembangkan diri. Namun tidak semua perusahaan dapat merealisasikan tujuan tersebut. Hal ini disebabkan banyak faktor yang diantaranya adalah rendahnya minat konsumen untuk melakukan kunjungan yang disebabkan kurang baiknya lingkungan belanja. Oleh karena itu selain faktor pemasaran, perusahaan perlu melakukan analisis terhadap beberapa faktor atau elemen yang dapat mendorong tumbuhnya minat konsumen untuk melakukan kunjungan yang salah satunya adalah lingkungan belanja.

Lingkungan belanja yang baik akan dapat merangsang munculnya perhatian dari calon konsumen yang Selanjutnya perhatian konsumen tersebut membentuk minat dalam diri konsumen untuk melakukan suatu kunjungan ke suatu *factory outlet*.

Beberapa aspek pembentuk lingkungan belanja yang baik diantaranya adalah lokasi, *layout*, sarana dan prasarana, pencahayaan/penerangan, sirkulasi udara, kebisingan, pewarnaan dinding, keamanan dan kenyamanan, dan hubungan atau komunikasi.