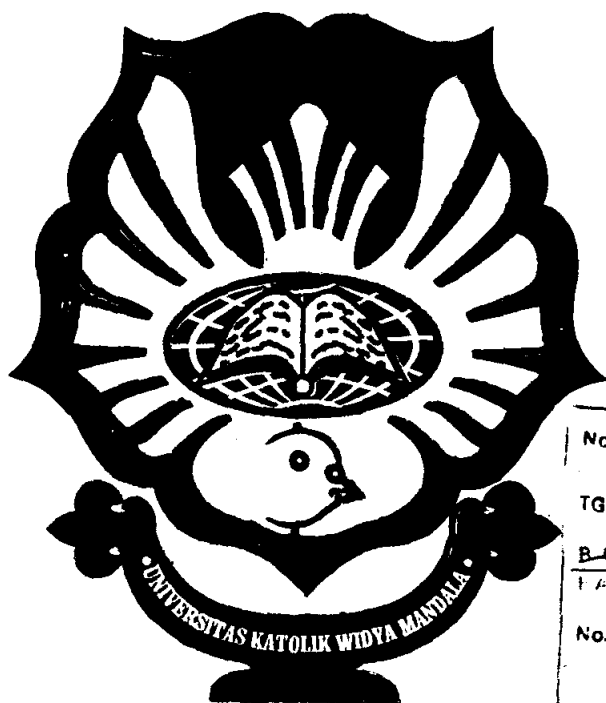


SKRIPSI

EDDY PRASETIYO

**PENGARUH HARGA, LOKASI, ATRIBUT FISIK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH WARNET
MATRIX CAFE DI SURABAYA**



No. INDUK	0057/03
TGL TERIMA	12-02-2002
Buku FADH	
No. BUKU	FE-m Pra pw-1
PI KE	1 (satu)

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2001

**PENGARUH HARGA, LOKASI, ATRIBUT FISIK TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH WARNET
MATRIX CAFÉ DI SURABAYA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi gelar Sarjana Ekonomi
Bidang studi manajemen

OLEH:
Eddy Prasetyo

3103096161

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
FEBRUARI
2001

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, LOKASI, ATRIBUT FISIK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH WARNET MATRIX CAFÉ DI SURABAYA

OLEH:

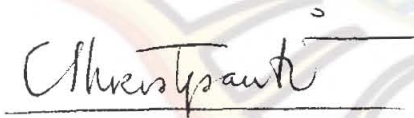
EDDY PRASETIYO

3103096161

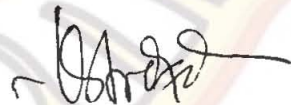
TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING I,

DOSEN PEMBIMBING II



Dra. Ec. Christina Esti Susanti M.M



Margaretha Ardhanari, SE, Msi

TANGGAL:

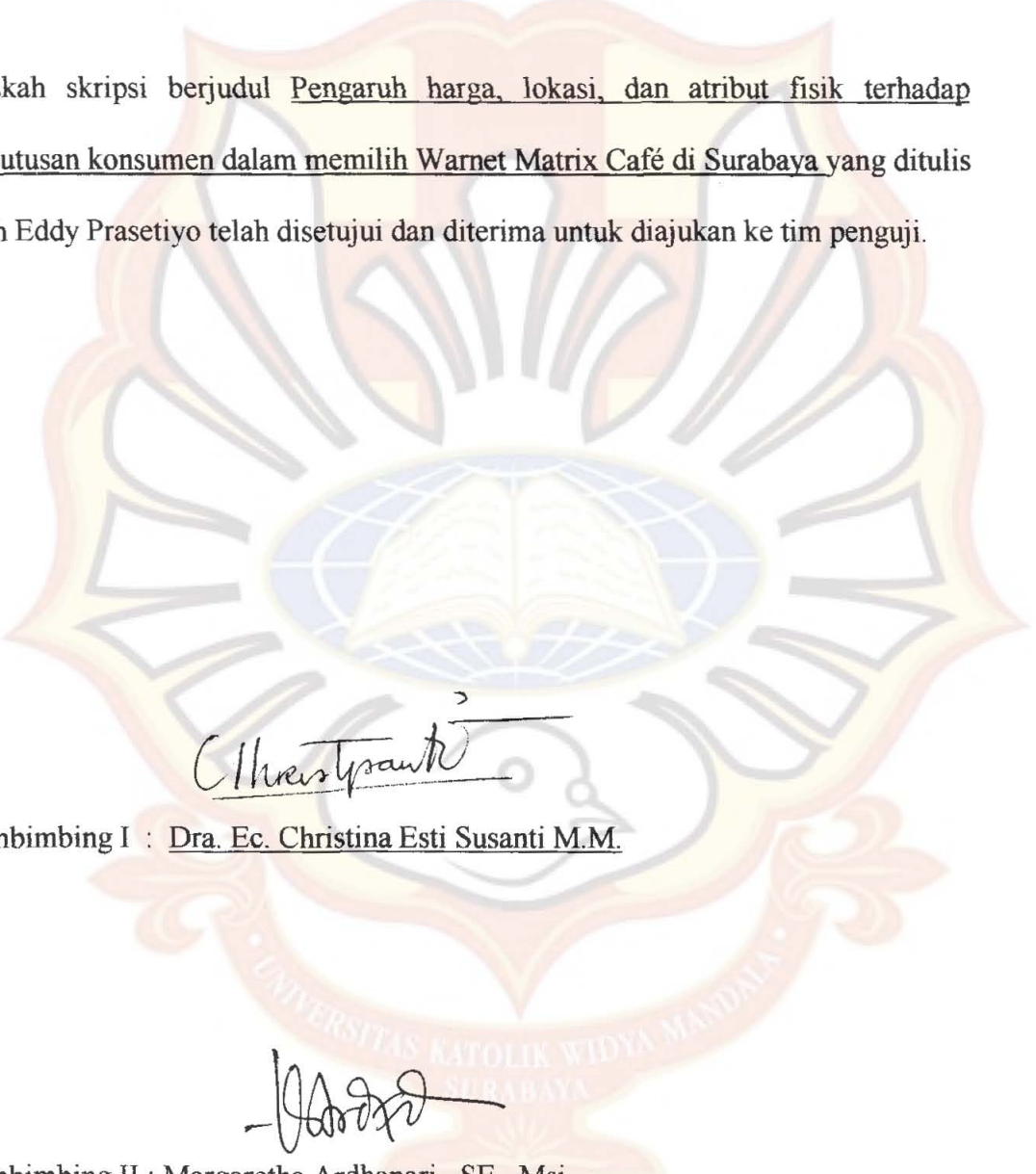
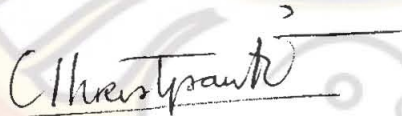
KETUA JURUSAN,

Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto. M.M.

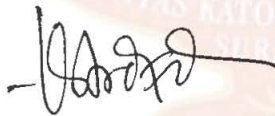
TANGGAL:

LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah skripsi berjudul Pengaruh harga, lokasi, dan atribut fisik terhadap keputusan konsumen dalam memilih Warnet Matrix Café di Surabaya yang ditulis oleh Eddy Prasetyo telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke tim penguji.



Pembimbing I : Dra. Ec. Christina Esti Susanti M.M.



Pembimbing II : Margaretha Ardhanari, SE, Msi

LEMBAR PENGESAHAN

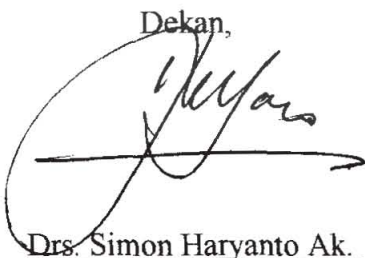
Skripsi yang ditulis oleh Eddy Prasetyo NRP 3103096161. Telah disetujui pada tanggal 16 Maret 2001.....Dan dinyatakan lulus oleh ketua tim penguji:



Drs. Ec. Tri Harjono

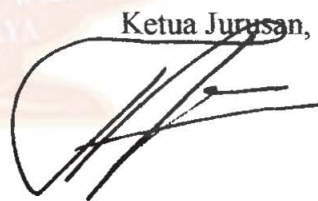
Mengetahui:

Dekan,



Drs. Simon Haryanto Ak.

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. N. Agus Sunaryanto M.M.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya dengan anugerah serta kasih setiaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Adapun penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala Surabaya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak, tidak mungkin skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu sudah tepat dan selayaknya bila pada kesempatan ini penulis ungkapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Christina Esti Susanti selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktunya dan dengan penuh perhatian serta kesabaran membimbing penulis selama penulisan skripsi ini.
2. Bapak-bapak dan ibu-ibu dosen serta karyawan fakultas ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membantu penulis selama masa studi.
3. Orang tua dan sahabat-sahabat dekat yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik materiil dan spirituail selama penulisan skripsi ini.
4. Jeanny Atmadja , kekasih penulis yang telah banyak memberikan dorongan moral dan semangat selama pengerjaan skripsi.
5. Dan semua pihak yang telah banyak membantu, yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu.

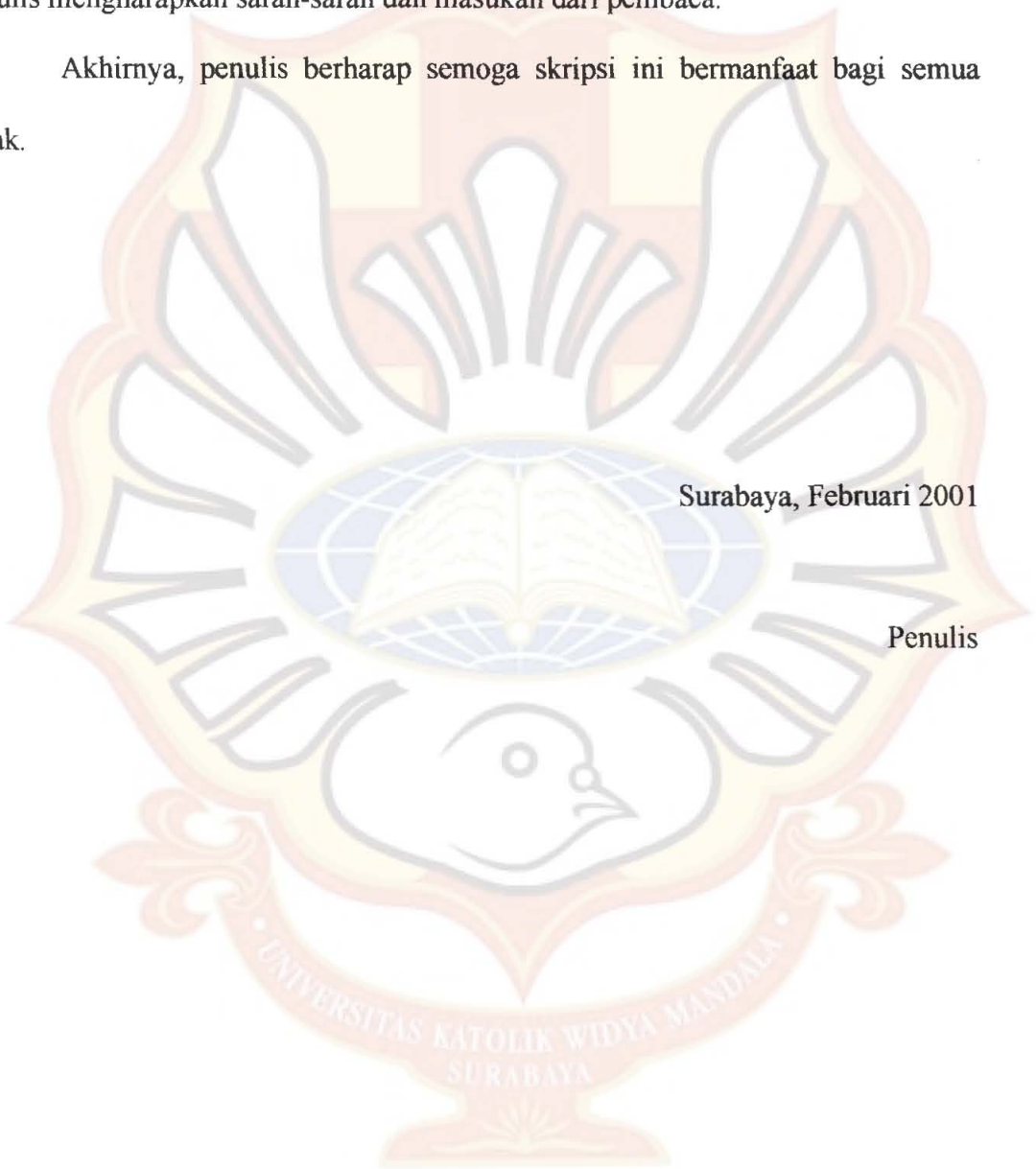
Semoga bantuan dan dorongan yang telah diberikan pada penulis mendapatkan balasan serta rahmat dari Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis menyadari bahwa skripsi masih belum sempurna, oleh karenanya penulis mengharapkan saran-saran dan masukan dari pembaca.

Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Februari 2001

Penulis



DAFTAR ISI

KATA

PENGANTAR..... i

DAFTAR ISIiii

DAFTAR TABEL..... iv

DAFTAR GAMBAR..... v

DAFTAR LAMPIRAN..... vi

ABSTRAKSI.....vii

BAB I :PENDAHULUAN..... 1

1.1. Latar belakang masalah..... 1

1.2. Perumusan masalah..... 6

1.3. Tujuan penelitian 7

1.4. Manfaat penelitian..... 7

1.5. Sistematika skripsi..... 9

BAB II : TINJAUAN KEPUSTAKAAN..... 13

2.1. Penelitian terdahulu..... 13

2.2. Landasan teori..... 14

2.2.1. Konsep pemasaran..... 15

2.2.2. Pemasaran jasa..... 25

2.2.3. Perilaku konsumen..... 27

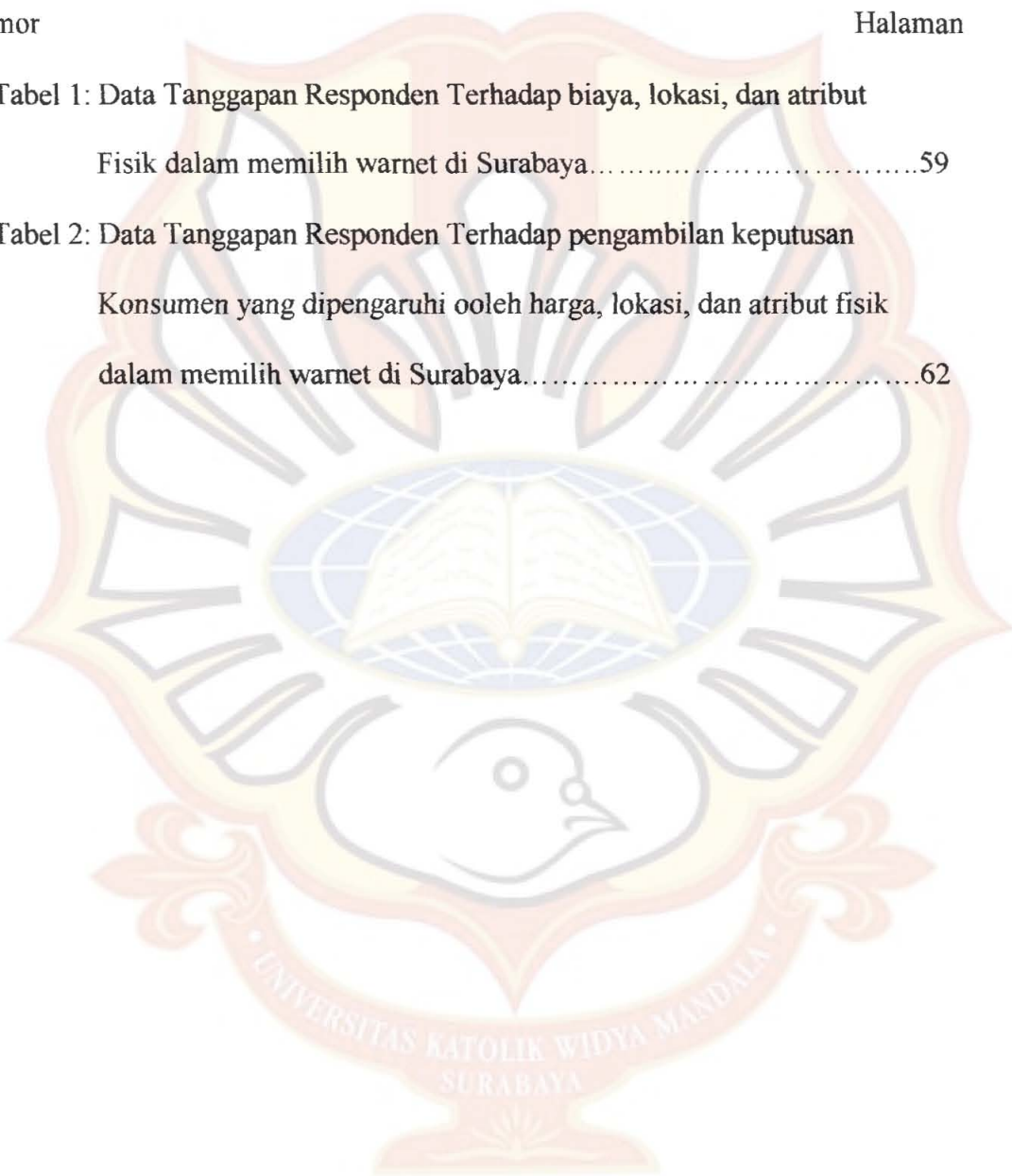
2.2.4. Citra toko 32

2.2.5. Pengambilan keputusan..... 38

2.3. Hipotesis.....	43
BAB III: METODE PENELITIAN.....	44
3.1. Identifikasi variabel.....	44
3.2. Definisi operasional.....	44
3.3. Jenis dan sumber data.....	46
3.4. Alat dan metode pengumpulan data.....	47
3.5. Pengukuran data.....	48
3.6. Populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel.....	49
3.7. Model analisis.....	51
3.8. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis.....	53
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran umum obyek penelitian	55
4.2 Deskripsi data.....	58
4.3 Analisis data.....	63
4.4 Pembahasan.....	66
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN.....	70
5.1. Simpulan.....	70
5.2. Saran.....	71

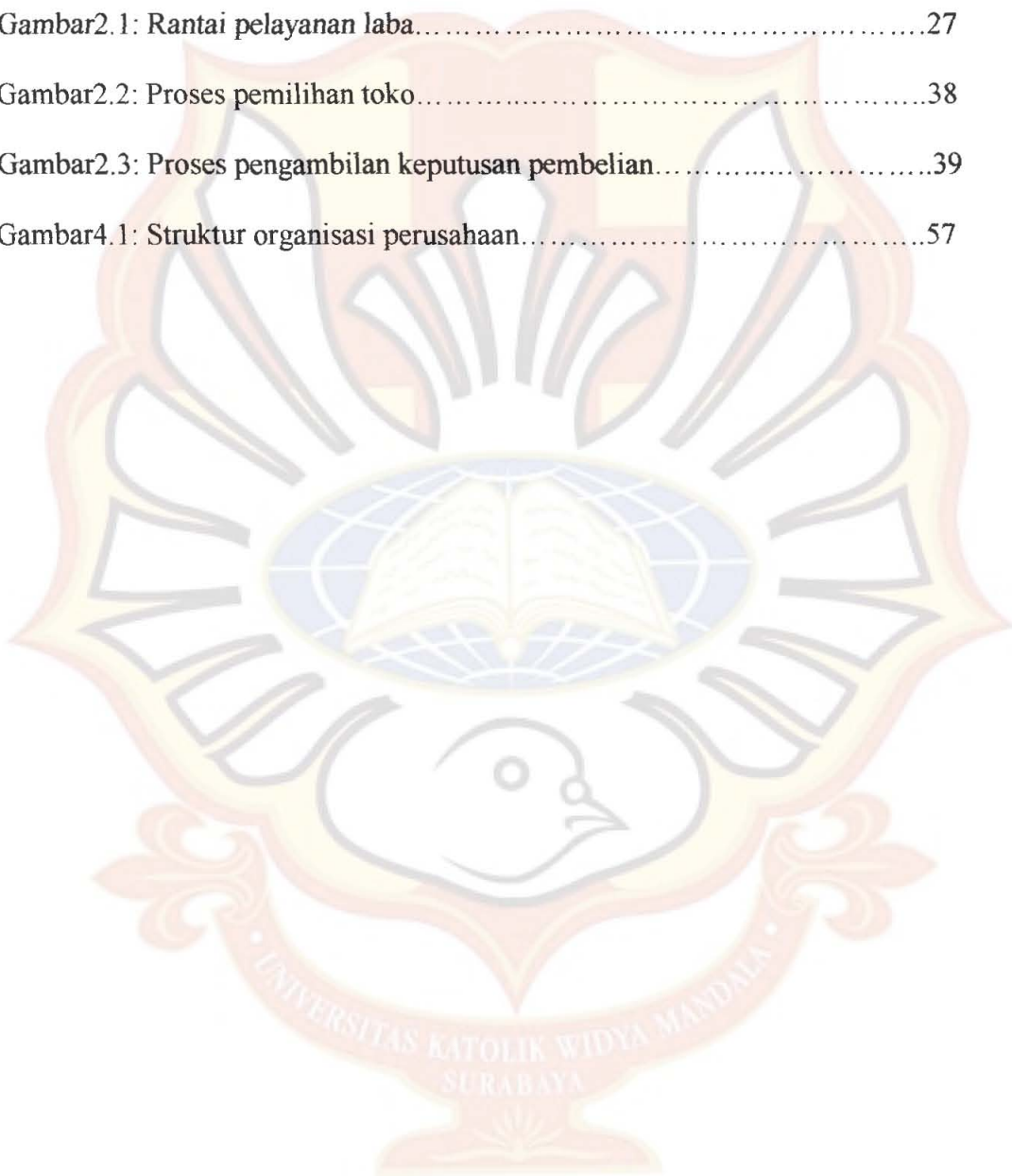
DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Tabel 1: Data Tanggapan Responden Terhadap biaya, lokasi, dan atribut Fisik dalam memilih warnet di Surabaya.....	59
2. Tabel 2: Data Tanggapan Responden Terhadap pengambilan keputusan Konsumen yang dipengaruhi ooleh harga, lokasi, dan atribut fisik dalam memilih warnet di Surabaya.....	62



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Gambar2.1: Rantai pelayanan laba.....	27
2. Gambar2.2: Proses pemilihan toko.....	38
3. Gambar2.3: Proses pengambilan keputusan pembelian.....	39
4. Gambar4.1: Struktur organisasi perusahaan.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Nomor

1. Lampiran 1: Kuesioner
2. Lampiran 2: Hasil tanggapan responden mengenai biaya, lokasi, dan atribut fisik dalam memilih warnet di Surabaya.
3. Lampiran 3: Hasil tanggapan responden mengenai pengambilan keputusan konsumen dalam memilih warnet di Surabaya.
4. Lampiran 4: Hasil pengolahan data dengan Program SPSS
5. Lampiran 5: Hasil pengolahan data dengan Program SPSS
6. Lampiran 6: Tabel f
7. Lampiran 7: Tabel t

ABSTRAKSI

Dalam penelitian ini penulis mengambil judul Pengaruh harga, lokasi dan atribut fisik terhadap keputusan konsumen dalam memilih Warnet Matrix Café di Surabaya. Alasan pemilihan judul ini adalah karena pada saat ini perkembangan internet di Indonesia semakin maju dan banyak diminati oleh banyak kalangan, tetapi pada saat ini masih banyak para pengguna internet yang tidak mampu untuk membayar biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat mengakses internet di rumah dan juga karena masih banyaknya para pengguna internet yang tidak memiliki komputer pribadi di rumah sehingga permintaan untuk menyewa fasilitas internet itu tinggi sekali. Oleh sebab itulah maka banyak bermunculan warnet di kota-kota besar di Indonesia seperti Surabaya.

Populasi yang diamati adalah para pelanggan atau pengguna jasa Warnet Matrix Café di Surabaya, dengan sampel yang diambil adalah sebesar seratus orang dengan alat pengambilan data berupa kuesioner. Setelah diteliti lagi dari seratus orang yang dijadikan sampel ini tidak semuanya valid, sehingga jumlah sampel yang bisa dijadikan data untuk diteliti adalah tujuh puluh delapan orang. Alat analisa yang dipergunakan adalah metode statistik dengan bantuan program komputer SPSS, metodenya meliputi regresi liner berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, sedangkan untuk menguji hipotesis digunakan uji t dan uji-f.

Dari hasil pengolahan data maka diperoleh kesimpulan akhir :

1. Bahwa faktor harga, lokasi, dan atribut fisik dari suatu warnet itu mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu warnet yang dianggap layak untuk dikunjungi.
2. Bahwa faktor harga dari tiga faktor yang diteliti oleh penulis itu, merupakan faktor yang dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu warnet.