

**ANALISIS FAKTOR UKURAN TOKO DAN KONFIGURASI TOKO
TERKAIT VARIABEL LOKASI TERHADAP PERTIMBANGAN
KONSUMEN DALAM MENGUNJUNGI HYPERMART EAST
COAST CENTER
SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

KARINA CECILIA HERTANTO

3103007202

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2012

**ANALISIS FAKTOR UKURAN TOKO DAN KONFIGURASI TOKO
TERKAIT VARIABEL LOKASI TERHADAP PERTIMBANGAN
KONSUMEN DALAM MENGUNJUNGI HYPERMART *EAST*
COAST CENTER
SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

**OLEH:
KARINA CECILIA HERTANTO**

3103007202

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR UKURAN TOKO DAN KONFIGURASI TOKO TERKAIT VARIABEL LOKASI TERHADAP PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MENGUNJUNGI HYPERMART EAST COAST CENTER SURABAYA

OLEH :

KARINA CECILIA HERTANTO

3103007202

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KEPADA
TIM PENGUJI UNTUK UJIAN AKHIR SKRIPSI

PEMBIMBING 1:

PEMBIMBING II:



Ch. Widya Utami, Dr, MM
NIK/311.92.0185
Tanggal: 23 FEB 2012

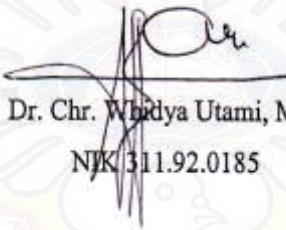


Herlina Yoka Roida, SE., M.Comm
NIK 311.99.0362
Tanggal: 23 FEB 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Karina Cecilia Hertanto, NRP 3103007202
Telah diuji pada tanggal 9 Maret 2012 dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji

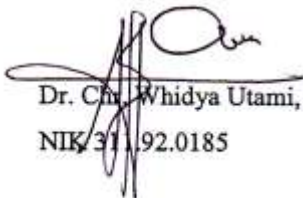
Ketua Tim Penguji



Dr. Chr. Whidya Utami, MM
NIK 311.92.0185

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Chr. Whidya Utami, MM
NIK 311.92.0185



Drs. Ec. Julius Koesworo, MM
NIK 311.89.0152

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN KEASLIAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Karina Cecilia Hertanto

NRP : 3103007202

Judul Tugas Akhir : Analisis faktor ukuran toko dan konfigurasi toko
terkait variabel lokasi terhadap pertimbangan
konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East
Coast Center* Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya.
Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima
sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya
Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan
di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Unika Widya
Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak
Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah
ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 19 Maret 2012

Yang menyatakan,



(Karina Cecilia Hertanto)

KATA PENGANTAR

Pertama-tama, penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan YME, atas semua Rahmat dan Anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Maksud dan tujuan dari penyusunan penelitian ini yakni untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE). Selain itu, melalui penelitian ini juga diharapkan banyak memberikan masukan kepada semua pihak berkaitan dengan peningkatan profesionalisme manajemen dan sumber daya manusia.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis selama ini, yaitu:

1. Ibu Dr. Christina Widya Utami, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan selaku dosen pembimbing I yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
2. Bapak Drs. Ec. Julius Koesworo, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Herlina Yoka Roida, SE., M.Comm., selaku dosen pembimbing II yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. *My lovely family*, papa, mama, cece, dan ama, yang telah memberikan dukungan material dan moral serta mendoakan kelancaran skripsi ini hingga selesai tepat pada waktunya.

5. *My inspiration*, Christian Gunawan Soetomo, SE., MM., yang telah banyak memberi dukungan dan semangat selama masa pembuatan tugas akhir ini.
6. *My best friends*, Stefani, Meilinda, Phineas, yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta senantiasa membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
7. Segenap dosen Fakultas Bisnis dan pekerja tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.
8. Keseluruhan responden penelitian yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang pastinya tidak bisa disebutkan satu persatu, namun memiliki andil besar dalam penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Februari 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAKSI	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	3
1.5. Sistematika Penulisan	4
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	5
2.1. Penelitian Terdahulu	5
2.2. Landasan Teori	5
2.2.1. Perilaku Belanja	5
2.2.2. Pertimbangan Pilihan Ritel	8
2.2.2.1. Ukuran Toko.....	10
2.2.2.2. Konfigurasi Toko	11
2.2.2.3. Lokasi Ritel	12
2.2.3. Hubungan Antar Variabel	15
2.2.3.1. Hubungan Ukuran Toko dan Pertimbangan Konsumen Mengunjungi Toko	15
2.2.3.2. Hubungan Konfigurasi Toko dan Pertimbangan Konsumen Mengunjungi Toko.....	16

2.2.3.3. Hubungan Lokasi Toko dan Pertimbangan Konsumen Mengunjungi Toko	16
2.3. Model Penelitian	17
2.4. Hipotesis Penelitian	17
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	18
3.1. Jenis Penelitian	18
3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel	18
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Data	20
3.5 Pengukuran Data.....	21
3.6. Populasi dan Sampel	21
3.7. Teknik Analisis Data	22
3.7.1. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	22
3.7.2. Analisis faktor	23
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	28
4.1. Profil Responden	28
4.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	31
4.2.1. Validitas Kuesioner	31
4.3. Analisa Deskriptif.....	35
4.3.1. Distribusi Frekuensi	35
4.3.2. Statistik Deskriptif	38
4.4. Analisis Faktor	42
4.5. Pembahasan.....	47
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1. Simpulan	50
5.2. Saran	51
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	51
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Variabel Penentu Lokasi Ritel.....	8
Gambar 2.2 Model Penelitian	17



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.....	5
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis kelamin	28
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Status Marital	28
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	29
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per bulan	30
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Domisili	31
Tabel 4.7. Uji Validitas Variabel Ukuran toko	32
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel Komposisi Ritel	33
Tabel 4.9. Uji Validitas Variabel Citra Ritel	34
Tabel 4.10. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Ukuran Toko.....	35
Tabel 4.11. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Komposisi Ritel	36
Tabel 4.12. Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Citra Ritel.....	37
Tabel 4.13. Uji Validitas Variabel Ukuran toko	39
Tabel 4.14. Uji Validitas Variabel Komposisi Ritel	40
Tabel 4.15. Uji Validitas Variabel Citra Ritel	41
Tabel 4.16. Nilai Uji <i>Barlett's Test of Sphericity</i> (BTS) dan <i>Kaiser Meyer Olkin</i> (KMO) <i>Hypermart East Coast Center</i>	43
Tabel 4.17. <i>Total Variance Explained Customer Care Hypermart East Coast Center</i>	44
Tabel 4.18. Nilai <i>Rotated Component Matrix</i> Untuk Kunjungan di <i>Hypermart East Coast Center</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

Lampiran 2. Profil Responden

Lampiran 3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4. Factor Analysis

Lampiran 5. Data Kuisisioner Penelitian



ABSTRAK

Banyaknya tempat-tempat belanja menyebabkan konsumen selalu memilih tempat belanja yang terbaik dan yang sesuai keinginan. Untuk itu, berbagai faktor yang mempengaruhi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi sebuah ritel layak untuk diketahui oleh peritel itu sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ukuran toko dan konfigurasi toko dihubungkan dengan variabel lokasi dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam mengunjungi Hypermart *East Coast Center* di Surabaya.

Variabel dalam penelitian ini adalah ukuran toko dan konfigurasi toko dihubungkan dengan variabel lokasi. Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah Hypermart *East Coast Center* di Surabaya. Jumlah responden penelitian ini sebanyak 100 orang, dengan teknik pengambilan sampel *judgemental sampling*. Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa faktor.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran toko dan konfigurasi toko dihubungkan dengan variabel lokasi merupakan variabel yang terbukti menjadi pertimbangan konsumen untuk mengunjungi Hypermart *East Coast Center*

Kata Kunci: Ukuran Toko, Konfigurasi Toko, Lokasi, Hypermart *East Coast Center*

**Factor Analysis Of Store Size and Store Configuration associated with
Location Variables Toward Consumers Consideration to Visiting
Hypermart East Coast Center**

ABSTRACT

Many of shopping places causing consumers always choose the best shopping place and in accordance with their desired. Therefore, consideration of various factors that influence consumers to visit a retail worthy to be known by the retailer itself. The purpose of this study was to determine whether the store size and store configuration associated with location variables can be considered by the consumers to visiting Hypermart *East Coast Center* in Surabaya.

The variables in this study are: store size and store configuration associated with location variables. The research object is Hypermart *East Coast Center* in Surabaya. The number of samples in this research are 100 samples using judgemental sampling technique. The data analysis technique used was factor analysis.

The findings in this study indicate that store size and store configuration associated with location variables is a variables which proved to be a consideration by the consumer in the store visit.

Keyword: Store Size, Store Configuration, Location, Hypermart *East Coast Center*