

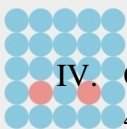


DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumuan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Ruang Lingkup Penelitian	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Kerangka Teoritis	9
2.1.1. Pusat Perbelanjaan Modern	9
2.1.2. Persepsi Konsumen	11
2.1.3. Sikap Konsumen	13
2.1.4. Perilaku Konsumen	15
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran Konseptual	23
III. METODE PENELITIAN	26
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	26
3.2. Pendekatan Penelitian	26
3.3. Jenis dan Sumber Data	26
3.4. Teknik Pengumpulan Data	27
3.5. Teknik Pengambilan Sampel	28
3.6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	29
3.6.1 Analisis Deskriptif	30
3.6.2 Analisis Cochran	30
3.6.3 Analisis Angka Ideal	34
3.6.4 Analisis Biplot	35
IV. GAMBARAN UMUM	38
4.1. Kota Palembang	38
4.2. Perekonomian Kota Palembang	39
4.3. Palembang Indah Mall	39
4.4. Palembang Square	41
4.5. Palembang Trade Center	42

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

4.6. International Plaza	43
4.7. Pasaraya JM	43
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	44
5.1. Profil Demografi Responden	44
5.1.1. Jenis Kelamin, Usia, dan Status Pernikahan Responden	44
5.1.2. Tingkat Pendidikan Responden	47
5.1.3. Jenis Pekerjaan Responden	48
5.1.4. Rata-rata Pengeluaran Responden Tiap Bulan	49
5.2. Perilaku Konsumen	51
5.2.1. Mall atau Plasa yang Paling sering Dikunjungi responden	52
5.2.2. Alasan Berkunjung	55
5.2.3. Frekuensi Berkunjung	59
5.2.4. Keperluan Berkunjung	63
5.2.5. Kegiatan Berkunjung	65
5.2.6. Angkutan yang Digunakan Responden	69
5.2.7. Teman Berkunjung	72
5.2.8. Lama Waktu Kunjungan	73
5.2.9. Belanja Rata-rata per Kunjungan	75
5.3. Analisis Sikap Angka Ideal terhadap Mall atau Plasa	77
5.3.1. Evaluasi Tingkat Kepentingan Atribut Mall atau Plasa	78
5.3.2. Evaluasi Tingkat Kepercayaan Atribut Mall atau Plasa	80
5.3.3. Analisis Sikap Multiatribut terhadap Mall atau Plasa	82
5.4. Pemetaan Nilai Kepercayaan Atribut terhadap Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center dan Palembang Square	85
5.5. Persepsi Palembang Indah Mall terhadap Palembang Trade Center dan Palembang Square	88
5.6. Implikasi Manajerial	91
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	97
6.1. Kesimpulan	97
6.2. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

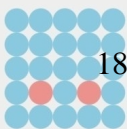


DAFTAR TABEL

Nomor		Halaman
1.	Pusat Perbelanjaan Moderen di Palembang	3
2.	Jenis Pusat Perbelanjaan berdasarkan Skala Luas	10
3.	Perbandingan Hasil Pemetaan Konsumen dan Manajer	22
4.	Kontingensi untuk Data Pada Uji Q Cochran	31
5.	Hasil Analisis Cochran Terhadap Atribut Mall atau Plasa	33
6.	Sebaran Responden berdasarkan Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi dengan Usia Responden	53
7.	Sebaran Responden berdasarkan Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi dengan Jenis Kelamin Responden	54
8.	Sebaran Responden berdasarkan Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi dengan Alasan Kunjungan Responden	58
9.	Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden dengan Waktu Kunjungan Responden	63
10.	Sebaran Responden berdasarkan Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi dengan Keperluan Kunjungan Responden...	65
11.	Sebaran Responden berdasarkan Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi dengan Kegiatan Berkunjung Responden...	67
12.	Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin Responden dengan Kegiatan Berkunjung Responden	69
13.	Sebaran Responden berdasarkan Angkutan yang Digunakan Responden dengan Mall atau Plasa yang Sering Dikunjungi	71
14.	Sebaran Responden berdasarkan Belanja Rata-rata per Kunjungan dengan Pengeluaran Rata-rata per Bulan Responden	76
15.	Nilai Evaluasi Tingkat Kepentingan Menurut Responden Terhadap Atribut Mall atau Plasa	78
16.	Evaluasi Tingkat Kepercayaan terhadap Atribut Mall atau Plasa	80
17.	Hasil Analisis Sikap Angka Ideal untuk Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center dan Palembang Square	83
18.	Implikasi Manajerial	93

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

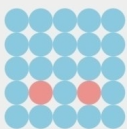
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

Nomor		Halaman
1.	Kerangka Pemikiran Konseptual	24
2.	Sebaran Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
3.	Sebaran Responden berdasarkan Usia	46
4.	Sebaran Responden berdasarkan Status Pernikahan	47
5.	Sebaran Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	48
6.	Sebaran Responden berdasarkan Pekerjaan	49
7.	Sebaran Responden berdasarkan Pengeluaran	50
8.	Mall atau Plasa yang Paling Sering Dikunjungi	52
9.	Alasan Berkunjung ke Mall atau Plasa	56
10.	Jumlah Kunjungan Responden ke Mall atau Plasa	59
11.	Hari Kunjungan Responden ke Mall atau Plasa	61
12.	Waktu Kunjungan Responden ke Mall atau Plasa	62
13.	Keperluan Berkunjung ke Mall atau Plasa	64
14.	Kegiatan Berkunjung ke Mall atau Plasa	66
15.	Angkutan yang Digunakan Responden untuk Berkunjung ke Mall atau Plasa	70
16.	Teman Berkunjung Responden ke Mall atau Plasa	73
17.	Lama Kunjungan Responden ke Mall atau Plasa	74
18.	Belanja Rata-rata Responden per Kunjungan	75
19.	Peta Persepsi Responden terhadap Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center dan Palembang Square	87
20.	Grafik Biplot Palembang Indah Mall, Palembang Trade Center, dan Palembang Square dengan Atribut Mall atau Plasa	89

Hak cipta milik IPB, tahun 2010



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

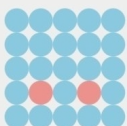
DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	103



Hak cipta dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB, tahun 2010



MB-IPB
Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.