

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN
DI OUTLET BIRU YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

WIDODO

11084755

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN
DI OUTLET BIRU YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

WIDODO

NIM : 11084755

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2013

HALAMAN PERSETUJUAN

Departemen Di Depan Dosen Pembimbing Skripsi Fakultas Ilmu
Program Studi Manajemen Entrepreneurship, Sistem Dan Wacana Yogyak
Diponegoro
Diponegoro
Diponegoro



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, appearing to be "S", is placed below the text "Dosen Pembimbing Skripsi".

(Dr. Singgih Santoso, M.M)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

17 5 MAR 2013

Mengesahkan

Dekan,



(Dr. Singgih Santoso, M.M)

Dewan Penguji:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M
2. Dra. Purwani Retno Andalas, M.M
3. Jonathan Hendioko, SE, M.M.

[Handwritten signature]
.....

[Handwritten signature]
.....

[Handwritten signature]
.....

MOTTO

“Konsentrasikan seluruh pikiran anda pada pekerjaan yang anda lakukan. Sinar matahari tidak akan membakar sesuatu jika tidak difokuskan.”

-Alexander Graham Bell-

“Satu-satunya sumber pengetahuan adalah pengalaman”

-Albert Einsten-

“Tiada manusia yang Berjaya dalam semua yang dilakukannya dan kewujudan kita ini sebenarnya mesti menempuh kegagalan. Yang penting ialah kita tidak menjadi lemah semasa kegagalan itu terjadi dan kekalkan usaha hingah ke akhir hayat”

-Joseph Conrad-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- **Tuhan Yesus Kristus**
- Dosenku Pak **Dr. Singgih Santoso, MM**
- **Papa dan Mama** tercinta
- My lovely **sisters and brother**
- Istri **Limonita** dan ananda **Gracella**
- **Semua teman-teman ku**
- Alamamaterku **Universitas Kristen**
Duta Wacana Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN UNTUK MELAKUKAN PEMBELIAN DI OUTLET BIRU YOGYAKARTA" dapat berjalan dengan baik. Penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis banyak sekali mendapat bimbingan, saran, masukan, dan perhatian dari berbagai pihak dalam penyelesaian Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang selalu memberikan penyertaan dan rahmatnya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak **Dr. Singgih Santoso, MM.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dengan sabar dan baik kepada penulis.
3. Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah berjasa mendidik dan memberikan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. **Papa** dan **Mama** tercinta atas kerja keras, serta dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.
5. My lovely **sisters** and **brother** yang selalu memberi semangat dan dorongan kepada penulis.
6. Istri **Limonita** dan ananda **Gracella** yang selalu memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik.
7. Teman-teman terbaikku yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu yang sudah memberi semangat, masukan dan menghibur pada saat jenuh.
8. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, sehingga laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Februari 2013

Penulis,

Widodo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGANTAR.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Batasan Masalah	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.2. Manajemen Pemasaran.....	9
2.3. Strategi pemasaran.....	10
2.3.1. Definisi Strategi Pemasaran.....	10
2.3.2 Proses Strategi Pemasaran	10
2.3.3 Elemen-elemen Strategi Pemasaran.....	12
2.4 Bauran Pemasaran.....	14
2.4.1. Defenisi bauran pemasan.....	14
2.4.2. Unsur – Unsur Marketing Mix.....	14
2.5. Perilaku Konsumen.....	17
2.5.1. Model Perilaku Konsumen.....	20
2.5.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	20
2.6. Keputusan Pembelian.....	27
2.7. Penelitian Terdahulu.....	31
2.8. Model Penelitian.....	33
2.9. Pengembangan Hipotesis.....	34

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Data.....	35
3.1.1. Jenis Data.....	35
3.1.2. Metode pengumpulan Data.....	35
3.1.2. Metode pengambilan sampel.....	36
3.2. Variabel dan Pengukuran Data.....	37
3.2.1. Definisi Variabel.....	37
3.2.2. Variabel Penelitian.....	37
3.2.3. Pengukuran Variabel.....	38
3.3. Metode Analisis Data.....	39
3.3.1. Analisis Deskriptif.....	39
3.3.2. Analisis Faktor.....	40

BAB IV ANALISI DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Responden.....	42
4.2. Analisis Faktor.....	44
4.4.1. Analisis Kelayakan Data.....	45
4.4.2. Analisis Faktor Data Outlet Biru.....	47

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	53
5.2. Saran.....	53

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Profil Responden

Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	43
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pakaian perbulan.....	44
Tabel 4.5.	KMO and Bartlett's Test.....	45
Tabel 4.6.	Anti-Image.....	46
Tabel 4.7.	Factoring Data.....	48
Tabel 4.8.	Rotasi Faktor.....	49

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Perilaku Konsumen.....	20
2.2. Proses Pembelian Model Lima Tahap.....	29
2.3. Model Penelitian.....	33

©UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Ijin Penelitian
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Jawaban Responden
Lampiran IV	Analisis Faktor

©UKDW

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian yang terjadi pada setiap konsumen selalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berbeda antara yang satu dengan yang lain. Faktor-faktor yang menjadi titik pertimbangan konsumen sangatlah bervariasi. Outlet Biru, sebagai salah satu Outlet di Yogyakarta mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu outlet terlaris hingga saat ini di Yogyakarta. Kualitas yang terjamin, tampilan produk yang menarik, serta harga yang terjangkau memberikan pengaruh terhadap masing-masing proses keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen yaitu keputusan pembelian dan variabel-variabel dependen yang tersusun dan diuraikan berdasarkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Sampel yang dipilih merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta dengan jumlah 100 responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Analisis Faktor. Dari hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan: Outlet Biru memiliki 4 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, yaitu Faktor Kualitas dan Pengunjung, Faktor Kelengkapan dan Design produk, Faktor Pelayanan dan Suasana Toko, serta Faktor Design, Harga dan Promosi.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Tempat, Promosi

ABSTRACTION

The purchasing decisions occur at every consumer has always been influenced by different factors, among which the one with the other. Factors that become consideration point consumers are extremely varied. Outlet Biru, as one of the outlets at Yogyakarta was able to maintain its position as one of the best selling outlets until today in Yogyakarta. Guaranteed quality, an attractive product display, as well as affordable price gives the influence to each consumer purchasing decision process.

This research aims to find out what factors that affect the decision of consumers to make purchases on Outlet Biru. Variables used in the study is independent variable purchasing decisions and the dependent variables are arranged and described based on the marketing mix . The selected sample is a consumer who has made a purchase in Outlet Biru of Yogyakarta with the number of Outlets to 100 respondents. The analysis tools used for this research is the analysis of the factor. From the results of this research to get the conclusion: the Outlet Biru has 4 formed an influential factors positively and significantly to bought consumer interests, namely the quality Factor and visitors, completeness and Design Factors of the product, the service and the ambiance Factor of stores, as well as a Design Factor, price and promotion.

Keyword: Purchasing Decisions, Product, Price, Place, Promotion

ABSTRAKSI

Keputusan pembelian yang terjadi pada setiap konsumen selalu dipengaruhi oleh faktor-faktor yang berbeda antara yang satu dengan yang lain. Faktor-faktor yang menjadi titik pertimbangan konsumen sangatlah bervariasi. Outlet Biru, sebagai salah satu Outlet di Yogyakarta mampu mempertahankan posisinya sebagai salah satu outlet terlaris hingga saat ini di Yogyakarta. Kualitas yang terjamin, tampilan produk yang menarik, serta harga yang terjangkau memberikan pengaruh terhadap masing-masing proses keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen yaitu keputusan pembelian dan variabel-variabel dependen yang tersusun dan diuraikan berdasarkan bauran pemasaran (*marketing mix*). Sampel yang dipilih merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta dengan jumlah 100 responden. Alat analisis yang digunakan untuk penelitian ini adalah Analisis Faktor. Dari hasil penelitian ini mendapatkan kesimpulan: Outlet Biru memiliki 4 faktor terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, yaitu Faktor Kualitas dan Pengunjung, Faktor Kelengkapan dan Design produk, Faktor Pelayanan dan Suasana Toko, serta Faktor Design, Harga dan Promosi.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Produk, Harga, Tempat, Promosi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia yang semakin kompleks, tentunya kebutuhan informasi yang dibutuhkan akan semakin beraneka ragam. Untuk memenuhi kebutuhan yang beranekaragam itu, manusia akan selalu berusaha dengan berbagai cara agar kebutuhannya selalu terpenuhi, sehingga dapat memberikan keputusan bagi dirinya sendiri. Konsumen yang membutuhkan suatu produk, akan melakukan pilihan-pilihan terhadap atribut-atribut produk yang sesuai dengan keinginannya. Dengan demikian produsen harus mampu membaca keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan suatu produk yang dapat memuaskan konsumen secara maksimal.

Sekarang ini dunia *fashion* mengalami kemajuan *mode/trend* pakaian yang sangat pesat yang ditandai dengan banyak bermunculan *outlet, boutique, distro dan lain-lain*. *Fashion* merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi manusia agar dapat terlihat menarik dan memberi kepuasan untuk diri sendiri. Adanya berbagai macam *outlet, boutique, distro* yang menawarkan berbagai pakaian yang memiliki desain, warna, ukuran, model, corak dan produk inovatif yang memungkinkan bertambahnya persaingan dalam pasar *fashion* yang ada selama ini. Perusahaan harus mampu memproduksi dan menawarkan suatu citra dan kepuasan tertentu bagi konsumen dalam lingkup sosial ekonomi agar tetap terjaga keberadaan perusahaan

dalam memenuhi pasar sasaran yang diinginkan serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan oleh *outlet, boutique dan distro*.

Masyarakat kota Yogyakarta kini dimanjakan oleh kehadiran berbagai pusat perbelanjaan pakaian. Hal ini terlihat dari semakin banyak bermunculannya pusat perbelanjaan pakaian seperti *outlet, boutique, distro dan lain-lain*. Pergi ke pusat perbelanjaan pakaian sudah merupakan agenda atau aktivitas rutin bagi masyarakat saat ini, terutama di kota-kota besar. Pada saat ini Yogyakarta merupakan salah-satu kota yang mengalami perkembangan dalam dunia *trend/mode* berpakaian. Hal ini dapat kita lihat dari tingginya minat masyarakat dalam mengunjungi pusat perbelanjaan pakaian, maka dari itu pebisnis saling berlomba dalam mendirikan *outlet, boutique, distro dan lain-lain*, seperti yang terjadi di kota Yogyakarta saat ini.

Salah satu *outlet* di Yogyakarta yang saat ini masih terus bertahan dalam persaingan ketat ini adalah *Outlet Biru*. *Outlet Biru* atau biasa disingkat *OB* ini merupakan pusat perbelanjaan pakaian, yang laris dan lengkap di kota Yogyakarta, walaupun *OB* merupakan nama yang diberikan oleh konsumen, karena sebenarnya di depan *Outlet* tidak ada plang, spanduk maupun baliho, yang bertuliskan *Outlet Biru*, *outlet* ini diberi nama *Outlet Biru* karena semua tembok bagian depan outlet ini berwarna biru.

Seperti yang kita ketahui Yogyakarta merupakan kota pelajar, hal ini dimanfaatkan oleh *Outlet Biru* dalam membaca kebutuhan pelajar dan mahasiswa bahkan masyarakat di Yogyakarta dalam hal *fashion*. *OB* merupakan *outlet* yang menyediakan berbagai macam pakaian seperti: baju, celana, jaket, topi, sepatu, sandal dan berbagai kebutuhan *fashion* lainnya.

OB adalah pusat perbelanjaan pakaian yang ramai pengunjung, baik pelajar/mahasiswa, hal ini mungkin dikarenakan lokasinya yang strategis yang dikelilingi oleh beberapa kampus di kota Yogyakarta sehingga mudah dijangkau, selain itu tempatnya yang bersih, nyaman, luas dan harga yang murah membuat *OB* menjadi salah satu alternatif pilihan masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya untuk berkunjung dan berbelanja sehingga membuat konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian di *Outlet Biru*.

Kesuksesan *OB* dalam memasarkan produknya tidak terlepas dari komunikasi pemasaran yang baik, Salah satunya adalah *word of mout*. Dalam *WOM* konsumen merasakan kepuasan dan mereka menceritakan apa yang dia rasakan kepada orang di sekitarnya sehingga membuat orang ingin mencoba untuk melakukan pembelian di *OB*.

Selain itu juga semakin selektifnya konsumen dalam membeli suatu produk terlebih lagi jika itu menyangkut produk baru. Hal-hal yang mempengaruhi konsumen yang sudah semakin maju seiring dengan kemajuan zaman, tingkat pendidikan konsumen yang semakin tinggi dan juga banyaknya informasi yang didapat konsumen entah itu dari media cetak, media audio dan media audio visual.

Bertitik tolak dari persaingan yang sangat ketat ini maka dalam penelitian ini akan diteliti faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian pakaian. Dalam penelitian ini objek yang akan diteliti adalah *Outlet Biru* yang berada di jalan selokan mataram Yogyakarta.

Dari latar belakang yang dikemukakan di atas, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta. Maka penelitian ini diberi judul:

“Analisis faktor-faktor yang memepengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Butlet Biru Yogyakarta”

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan tersebut diatas, maka dapat dirumuskan masalahnya yaitu: faktor-faktor apakah yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas masalah di atas, maka rumusan masalah tersebut perlu dibatasi agar tidak terlalu luas. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah mahasiswa/wi di Yogyakarta.
- b. Jumlah responden sebanyak 100 orang.
- c. Penelitian ini hanya menganalisis Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta.
- d. Data yang responden diteliti yaitu:
 1. Gender
 2. Usia
 3. Pendapatan
 4. Frekuensi membeli pakaian.

e. Variabel yang akan diteliti yaitu :

1. Produk

- a. Barang yang ditawarkan berkualitas bagus.
- b. Merek barang yang di tawarkan terkenal.
- c. Banyak pilihan barang (baju, celana, jaket dll)
- d. Barang yang ditawarkan lengkap.
- e. Desain produk yang ditawarkan mengikuti mode/trend
- f. Desain produk yang ditawarkan menarik.
- g. Pelayanan yang diberikan cepat
- h. Pelayanan yang diberikan ramah.

2. Harga

- a. Harga pakaian murah.
- b. Adanya diskon atau potongan harga

3. Tempat

- a. Ramai pengunjung.
- b. Lokasi strategis.
- c. Toko yang luas
- d. Suasana nyaman
- e. Tempat parkir luas.

4. Promosi

- a. WOM (Rekomendasi dari orang lain)

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi konsumen melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak terkait diantaranya:

a. Bagi perusahaan

Adalah bahwa hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi yang dapat membantu dalam mengambil keputusan dan untuk menentukan kebijaksanaan di waktu yang akan datang.

b. Bagi penulis

Merupakan suatu pengalaman untuk melihat secara langsung dunia bisnis didalam perusahaan dan sebagai tambahan teori yang didapat dibangku kuliah.

c. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Dari penelitian tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian di Outlet Biru Yogyakarta dengan melakukan penelitian terhadap 100 responden dan kemudian menganalisis data yang diperoleh, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Profil konsumen Outlet Biru didominasi oleh wanita dengan usia < 20-23 tahun dengan pengeluaran > Rp. 1.000.000-Rp. 2.000.000 perbulan dan dengan frekuensi pembelian pakaian lebih dari satu kali dalam sebulan.
- b. Terdapat empat faktor yang terbentuk yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, di Outlet Biru, yaitu Faktor Kualitas dan Pengunjung, Faktor Kelengkapan dan Desain produk, Faktor Pelayanan dan Suasana Toko, serta Faktor Desain, Harga dan Promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil di atas. ada beberapa hal yang dapat disarankan yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan Outlet Biru dalam pengembangannya dimasa yang akan datang. Adapun saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

- a. Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Outlet Biru, hendaknya perusahaan dapat menentukan strategi lebih lanjut untuk faktor-faktor tersebut yaitu Faktor Kualitas dan Pengunjung, Faktor Kelengkapan dan Desain produk, Faktor Pelayanan dan Suasana Toko, serta Faktor Desain, Harga dan Promosi.
- b. Agar selalu unggul dalam produk yang di ditawarkan kepada konsumen, sebaiknya Outlet Biru selalu mempertahankan merk dan kualitas produk yang sudah ada atau menambah merk yang belum ada yang tidak di miliki oleh para pesaingnya.
- c. Promosi yang dilakukan sebaiknya di selaraskan dengan keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh Outlet Biru, sebagai contoh produk-produk yang dimiliki dengan dibuat katalog ataupun brosur secara *continue*/rutin ataupun menunjukan produk yang dimiliki oleh Outlet Biru yang tidak di punyai oleh kompetitor lain.
- d. Outlet Biru sebaiknya membuka cabang di tempat lain, hal ini akan mempermudah konsumen dalam mendapatkan produk yang ditawarkan oleh Outlet Biru. Hal ini tentunya akan membuat Outlet Biru semakin dikenal oleh banyak orang dan akan membantu dalam kemajuan Outlet Biru.

DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Matius P. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Grafindo.
- Blackwell,R.,Miniard,P.W.,and Engel,James. 1994. *Perilaku Konsumen*. jilid satu, Jakarta: Binapura Aksara.
- Hasan, M.I. 2002. *Pokok-pokok materi statistik 2 (statistic inferensif)*. Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler,Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jilid satu, Jakarta: Prenhalindo.
- Kottler Philip dan Amstrong Gary. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid satu, Jakarta: Prenhalindo.
- Kottler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Jilid satu, Jakarta: Prenhalindo.
- Kuncoro.. 2003. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mowen J C dan Minor Michael. 2002. *Perilaku Konsumen*, Jilid satu, edisi kelima. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2004. *Buku Latihan SPSS, Statistik Multivariat*. Jakarta: PT.Elex Media Komputindo.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*.Yogyakarta: Andi.