



**UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA**

SKRIPSI

**HUBUNGAN ANTARA NILAI-NILAI PRIBADI DAN ORIENTASI
BERBELANJA PADA KONSUMEN RITEL DI JAKARTA**

DIAJUKAN OLEH :

NAMA : VITA KRISTI

NIM : 115090076

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR
SARJANA EKONOMI**

2013

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : VITA KRISTI
NO. POKOK MAHASISWA : 115090076
PROGRAM JURUSAN : S1/MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA NILAI-NILAI
PRIBADI DAN ORIENTASI
BERBELANJA PADA KONSUMEN
RITEL DI JAKARTA

Jakarta, Januari 2013

Pembimbing,

(Franky Slamet, SE, M.M)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI
SETELAH LULUS UJIAN KOMPREHENSIF / SKRIPSI

NAMA : VITA KRISTI
NO. POKOK MAHASISWA : 115090076
PROGRAM JURUSAN : S1/MANAJEMEN
MATA KULIAH POKOK : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA NILAI-NILAI PRIBADI DAN ORIENTASI BERBELANJA PADA KONSUMEN RITEL DI JAKARTA

TANGGAL: 22 Januari 2013

KETUA PENGUJI

(Miharni Tjokrosaputro, SE., MM)

TANGGAL: 22 Januari 2013

ANGGOTA PENGUJI

(Franky Slamet, SE., M.M.)

TANGGAL: 22 Januari 2013

ANGGOTA PENGUJI

(Dra. Hj. Zus Indrawati, M.M.)

ABSTRAK

UNIVERSITAS TARUMANAGARA

FAKULTAS EKONOMI

JAKARTA

- A) VITA KRISTI (115090076)
- B) HUBUNGAN ANTARA NILAI-NILAI PRIBADI DAN ORIENTASI BERBELANJA PADA KONSUMEN RITEL DI JAKARTA
- C) xiii + 96 hlm, 2013, tabel 17; lampiran 8
- D) MANAJEMEN PEMASARAN
- E) Abstrak: Penelitian ini membahas hubungan antara nilai-nilai pribadi dan orientasi berbelanja pada konsumen di DKI Jakarta. Populasi pada penelitian ini adalah responden di kelima wilayah DKI Jakarta, yaitu Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling*. Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi dan uji ANOVA. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pribadi memiliki korelasi yang signifikan dan arahnya negatif dengan orientasi berbelanja pada konsumen di DKI Jakarta.
- F) Daftar acuan 34 (1954-2008)
- G) Franky Slamet, SE, M.M