

ABSTRAK

Bisnis apartemen di Jakarta merupakan bisnis yang sedang berkembang, dan memiliki prospek bisnis yang cukup besar. Hal ini disebabkan karena kepadatan penduduk di Jakarta yang tidak merata terutama di daerah yang dekat dengan pusat kegiatan bisnis. Apartemen merupakan salah satu bentuk alternatif hunian.

Apartemen Marina terletak di Jakarta Utara dan merupakan apartemen pertama yang terletak dekat daerah pantai. Selain karena hal itu, juga dikarenakan banyaknya fasilitas penunjang yang ditawarkan oleh pihak pengelola karenanya, penulis tertarik untuk menganalisis faktor-faktor yang membuat seorang calon penghuni untuk membeli atau menyewa sebuah unit apartemen Marina.

Metode analisis yang digunakan adalah metode pendekatan survei, dengan cara mengumpulkan data dengan kuesioner, wawancara dan catatan-catatan perusahaan yang bersangkutan. Sedangkan pengolahan data menggunakan metode analisis faktor untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi bahan pertimbangan seorang calon konsumen untuk membeli atau menyewa sebuah unit apartemen Marina, Jakarta.

Karakteristik konsumen Apartemen Marina adalah konsumen pria dan wanita yang tidak jauh berbeda jumlahnya, dengan usia antara 31 – 45 tahun, dengan pendidikan S1 bekerja sebagai pengusaha, memiliki pendapatan per bulan antara Rp. 10.000.001 – Rp. 20.000.000, dan sumber informasi kebanyakan adalah dari teman.

Dari 100 sampel yang diteliti, dapat disimpulkan ada 13 faktor yang menjadi bahan pertimbangan seorang calon konsumen yaitu antara lain: faktor lokasi apartemen, faktor kemudahan bagi penghuni apartemen, faktor kemudahan dalam pembayaran dan sarana berkumpul, faktor nama apartemen yang menjanjikan, faktor pengertian kepada penghuni apartemen, faktor fasilitas lobby, faktor interior ruangan, faktor pelayanan, faktor fasilitas olahraga, faktor pelayanan pegawai apartemen, faktor jangkauan fasilitas, faktor kenyamanan ruangan, serta faktor keamanan dan kenyamanan fasilitas.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Lokasi Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan	12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pasar	14
2.2 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2.1 Konsep Pemasaran	18
2.3 Pengertian Manajemen Pemasaran	19
2.3.1 Konsep Pertukaran	19
2.4 Pengertian Bauran Pemasaran	20
2.4.1 Unsur-unsur Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	21
2.5 Jasa.....	32
2.5.1 Karakteristik Jasa	33
2.5.2 Kualitas Jasa.....	35

2.5.3 Klasifikasi Jasa.....	36
2.5.4 Bauran Pemasaran untuk Jasa	37
2.6 Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	40
2.6.1 Faktor Budaya	40
2.6.2 Faktor Sosial	43
2.6.3 Faktor Pribadi.....	45
2.6.4 Faktor Psikologis.....	48
2.7 Analisis Faktor.....	50
2.7.1 Fungsi Analisis Faktor	51
2.7.2 Tujuan Analisis Faktor.....	52
2.7.3 Asumsi yang harus Dipenuhi pada Analisis Faktor	52
2.7.4 Model Analisis Faktor.....	53
2.8 Pengertian Apartemen dan Kondominium.....	53
2.8.1 Jenis Apartemen	54
2.8.2 Alasan untuk Membeli Apartemen	54

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Profil Perusahaan	59
3.1.1 Sejarah Perusahaan.....	59
3.1.2 Struktur Organisasi	59
3.1.3 Fasilitas Rekreasi Apartemen Marina	63
3.1.4 Pelayanan dan Fasilitas	65
3.2 Metode Penelitian	67
3.2.1 Desain Penelitian.....	67
3.2.2 Metode Pengambilan Sampel.....	68
3.2.3 Jenis dan Sumber Data	69
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	70
3.2.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	71
3.2.6 Validitas Instrumen	72

3.2.7 Reliabilitas Instrumen	72
3.2.8 Pengujian Validitas Isi	73
3.2.9 Pengujian Reliabilitas.....	75
3.3 Metode Analisis Data	76

BAB IV PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	81
4.1.1 Karakteristik Responden	81
4.1.2 Validitas Kuesioner	85
4.1.3 Uji Reliabilitas Kuesioner	87
4.1.4 Rekapitulasi Kuesioner	88
4.1.5 Pengolahan dengan Analisis Faktor	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Presentase Penduduk Menurut Kotamadya di DKI Jakarta, Tahun 1971 – 2003	2
Tabel 1.2	Jumlah Pendatang di Jakarta	2
Tabel 1.3	Kepadatan Penduduk Menurut Kotamadya di DKI Jakarta, Tahun 1961 – 2003	3
Tabel 2.1	Variabel Bauran Pemasaran	22
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	81
Tabel 4.2	Usia Responden.....	82
Tabel 4.3	Pendidikan Responden.....	82
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	83
Tabel 4.5	Tingkat Pendapatan Responden per Bulan	84
Tabel 4.6	Sumber Informasi.....	84
Tabel 4.7	Pengujian Validitas Data Kuesioner	86
Tabel 4.8	Rekapitulasi Kuesioner	89
Tabel 4.9	Matriks Komponen Terotasi	92
Tabel 4.10	Matriks Komponen Terotasi (Berdasarkan Urutan).....	93
Tabel 4.11	<i>Component Transformation Matrix</i>	95
Tabel 4.12	Pembebanan Faktor-faktor Tereduksi	95
Tabel 4.13	Penafsiran Faktor	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1 Sistem Pemasaran Sederhana.....	14
Gambar 2.2 Hierarki Kebutuhan Maslow	17
Gambar 2.3 Empat Komponen P dalam Bauran Pemasaran.....	22
Gambar 2.4 Klasifikasi Produk Konsumen.....	26
Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Menara Marina Kondominium (Apartemen Marina).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

1) Kuesioner Penelitian:

Bagian I Profil Responden

Bagian II Variabel-variabel yang mempengaruhi anda untuk membeli
sebuah unit apartemen Marina, Jakarta.

- 2) Data mentah kuesioner
- 3) Tingkat kepentingan tiap variabel
- 4) *Output* SPSS Validitas
- 5) *Output* SPSS Reliabilitas
- 6) *Output* SPSS Analisis Faktor
- 7) Data Penulis