



**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