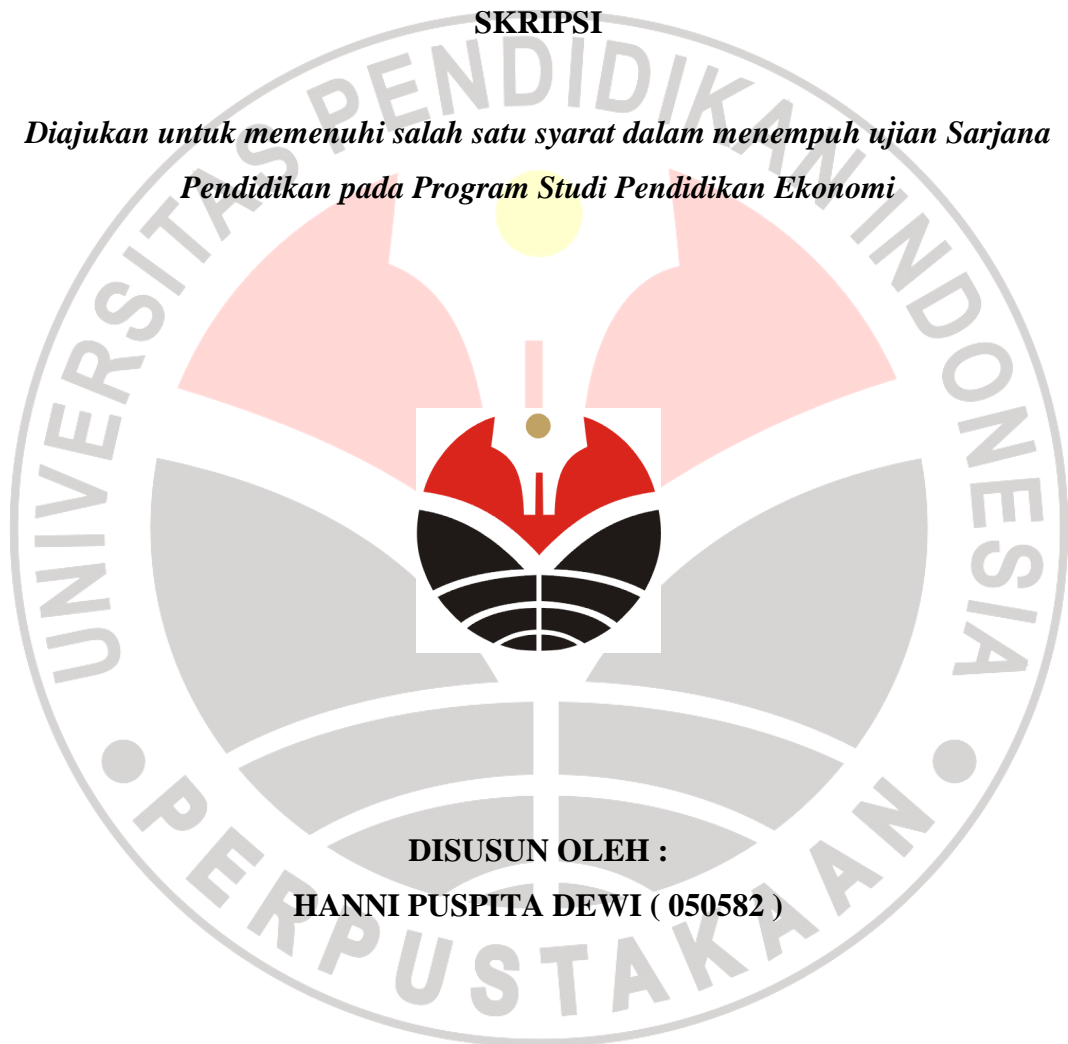


No.Daftar 357/H40-FPEBI/PL/2010

**PENGARUH FITUR, PROMOSI DAN PANGSA PASAR
TERHADAP PERMINTAAN KAOS, KEMEJA DAN CELANA
PADA INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG
(Studi Pada Distro-Distro di Kota Bandung)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana
Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi*



DISUSUN OLEH :

HANNI PUSPITA DEWI (050582)

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI DAN KOPERASI
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2010

**PENGARUH FITUR, PROMOSI DAN PANGSA PASAR
TERHADAP PERMINTAAN KAOS, KEMEJA DAN CELANA
PADA INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG
(Studi Pada Distro-Distro Di Kota Bandung)**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. H. Disman, MS
NIP. 19590209.198412.1.001

Dr. Ikaputera Waspada, MM
NIP. 19610420.198703.1.003

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi dan Koperasi

Dr. Dadang Dahlan, M.Pd
NIP. 19571205.198203.1.002

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR i

UCAPAN TERIMAKASIH iii

DAFTAR ISI vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah 1

1.2 Rumusan Masalah 9

1.3 Tujuan Penelitian 10

1.4 Manfaat Penelitian 10

1.4.1 Manfaat Teoritis 10

1.4.2 Manfaat Praktis 11

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 12

2.1 Industri 12

2.1.1 Definisi Industri 12

2.1.2 Klasifikasi Industri 16

2.2 Industri Kreatif 20

2.2.1 Definisi Industri Kreatif 20

2.2.2 Jenis Industri Kreatif 20

2.3 Distribution Store 22

2.3.1 Latar Belakang Distribution Store 22

2.3.2 Tujuan Distribution Store 23

2.3.3 Pasar Sasaran Distribution Store	24
2.4 Fitur	25
2.4.1 Definisi Fitur	25
2.4.2 Komponen Fitur	27
2.4.3 Kepercayaan Konsumen Terhadap Fitur	30
2.5 Promosi	32
2.5.1 Definisi Promosi	32
2.5.2 Tujuan Promosi	34
2.5.3 Bauran Promosi	37
2.5.4 Tahap-Tahap Pelaksanaan Promosi	39
2.5.5 Biaya Promosi	41
2.6 Pangsa Pasar	42
2.6.1 Definisi Pasar	42
2.6.2 Fungsi Pasar	43
2.6.3 Jenis Pasar	45
2.6.4 Struktur Pasar	49
2.6.5 Pangsa Pasar	52
2.7 Permintaan	53
2.7.1 Definisi Permintaan	53
2.7.2 Teori Permintaan	54
2.7.3 Hukum Permintaan	63
2.7.4 Macam-Macam Permintaan	65
2.7.5 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan	69
2.8 Kerangka Pemikiran	79
2.9 Hipotesis	86
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	87

3.1 Objek Penelitian	87
3.2 Metode Penelitian.....	87
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	88
3.4 Populasi dan Sampel	90
3.4.1 Populasi	90
3.4.2 Sampel.....	92
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	94
3.6 Teknik Analisis Data.....	95
3.6.1 Pengujian Asumsi Klasik	97
3.6.2 Pengujian Hipotesis.....	100
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	102
4.1 Gambaran Umum Penelitian	102
4.2 Gambaran Umum Responden	103
4.2.1 Jenis Kelamin Responden	103
4.2.2 Usia responden	104
4.2.3 Pendidikan Responden	106
4.3 Gambaran Variabel Penelitian	107
4.3.1 Fitur	108
4.3.2 Promosi.....	116
4.3.3 Pangsa Pasar	127
4.3.4 Permintaan Konsumen	133
4.4 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	141
4.4.1 Pengujian Model penelitian.....	141
4.4.2 Pengujian Asumsi Klasik	143
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	148
4.5 Pembahasan.....	146

4.5.1 Pengaruh Fitur Terhadap Permintaan Kaos, Kemeja dan Celana	149
4.5.2 Promosi Terhadap Permintaan Kaos, Kemeja dan Celana	152
4.5.3 Pengaruh Pangsa Pasar Terhadap Permintaan Kaos, Kemeja dan Celana.....	156
4.5.4 Pengaruh Fitur, Promosi dan Pangsa Pasar Terhadap Permintaan Kaos, Kemeja dan Celana	159
4.6 Implikasi Terhadap Pendidikan.....	163
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	166
5.1 Kesimpulan.....	166
5.2 Saran.....	167
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
RIWAYAH HIDUP PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Permintaan Produk Distro Per Tri Wulan Pada Tahun 2006 (Unit).....	3
Tabel 1.2	Permintaan Produk Distro Per Tri Wulan Pada Tahun 2007 (Unit).....	4
Tabel 1.3	Permintaan Produk Distro Per Tri Wulan Pada Tahun 2008 (Unit).....	5
Tabel 1.4	Permintaan Produk Distro Per Tri Wulan Pada Tahun 2009 (Unit).....	6
Tabel 2.1	Definisi Fitur Menurut Para Ahli.....	25
Tabel 2.2	Dimensi Bauran Promosi	39
Tabel 2.3	Permintaan Pasar dan Permintaan Individual	66
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variable	89
Tabel 3.2	Lokasi Distro Di Kota Bandung	90
Tabel 3.3	Nama-Nama Distro Di Kota Bandung.....	93
Tabel 3.4	Durbin-Watson.....	100
Tabel 4.1	Penyebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	103
Tabel 4.2	Penyebaran Responden Berdasarkan Usia.....	105
Tabel 4.3	Penyebaran Responden Berdasarkan Pendidikan	106
Tabel 4.4	Hasil Penelitian Pada Variabel Fitur.....	110
Tabel 4.5	Hasil Penelitian Pada Variabel Promosi	118
Tabel 4.6	Hasil Penelitian Pada Variabel Pangsa Pasar.....	128
Tabel 4.7	Hasil Penelitian Pada Variabel Permintaan	136
Tabel 4.8	Pengujian Multikolinearitas	143
Tabel 4.9	Tabel Durbin-Watson Dilihat Pada Buku Agus Widarjono	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penurunan Permintaan Per Tri Wulan Pada Tahun 2006-2009....	7
Gambar 2.1	Kepercayaan Terhadap Objek, Fitur dan Manfaat	31
Gambar 2.2	Utility Total dan Utility Marginal	56
Gambar 2.3	Kurva Indivfferen	59
Gambar 2.4	Biaya Garis Anggaran	60
Gambar 2.5	Kurva Harga Konsumsi dan Penurunan Kurva Permintaan	61
Gambar 2.6	Kurva Permintaan.....	64
Gambar 2.7	Permintaan Pasar dan Permintaan Individual.....	67
Gambar 2.8	Pergeseran Kurva Permintaan	79
Gambar 2.9	Kerangka Berfikir.....	86
Gambar 4.1	Diagram Penyebaran Responden Berdasarkan Jenis kelamin.....	104
Gambar 4.2	Diagram Penyebaran Responden Berdasarkan Usia	105
Gambar 4.3	Diagram Penyebaran Responden Berdasarkan Pendidikan.....	107
Gambar 4.4	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Fitur (Ukuran).....	111
Gambar 4.5	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Fitur (Motif).....	113
Gambar 4.6	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Fitur (Warna)	114
Gambar 4.7	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Promosi (Event).....	119
Gambar 4.8	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Promosi (Stiker).....	122
Gambar 4.9	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Promosi (Discount).....	124
Gambar 4.10	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Pangsa Pasar	130
Gambar 4.11	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Permintaan (Frekuensi).....	137
Gambar 4.12	Diagram Hasil Penelitian Pada Variabel Permintaan (Jumlah)....	139