

## **Motto**

*" Sesuatu mungkin mendatangi mereka yang mau menunggu, namun hanya didapatkan oleh mereka yang bersemangat mengejarnya "*

*(Abraham Lincoln)*

*Kebanggaankita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita jatuh.*

*- Confusius-*

*Dari semuahal, pengetahuan adalah yang paling baik, karena tidak kena tanggungjawab maupuntidak dapat dicuri, karena tidak dapat dibeli, dan tidak dapat dihancurkan.*

*(Hitopadesa)*

*Skripsi ini dipersembahkan kepada :*

*Bunda Maria Pelindungku*

*Ayah danIbu tercinta yang memberikan cinta yang tak terhingga*

*Mama Bia atas semua doanya dan kasih sayangnya selama ini.*

**ABSTRAK**  
**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN ATAS ATRIBUT TOKO**  
**TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

Studi Kasus Pada toserba Jacinto Dili – Timor Leste

Carla Mariela de Sousa Brites  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta 2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi atas atribut toko (harga, lokasi, pelayanan dan kelengkapan barang) terhadap minat beli konsumen pada toserba Jacinto. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di toserba Jacinto tersebut sebanyak 3(tiga) kali, dengan sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada responden yang berada di toserba Jacinto. Peneliti menganalisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi berganda membuktikan persepsi konsumen atas atribut toko meliputi harga, lokasi, kelengkapan barang dan pelayanan baik secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dari atribut toko tersebut yang paling dominan mempengaruhi minat beli konsumen adalah kelengkapan barang pada toserba Jacinto.

Kata kunci : persepsi konsumen, harga, lokasi, pelayanan, kelengkapan barang dan minat beli konsumen.

**ABSTRACT**

**THE INFLUENCE OF CUSTOMERS' PERCEPTION ON THE STORE  
ATTRIBUTES TO THE CUSTOMERS' PURCHASING INTEREST**

A case study in Jacinto store Dili – Timor Leste

Carla Mariela de Sousa Brites  
Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2012

This research was aimed to find out the influence of the customers' perception on the store attributes ( prices, location, service, completeness) to the customers' intention to buy at Jacinto store. The population research was a customers' of Jacinto store who had shopped three times. The sample sized 100 respondents. The research sample was taken accidental sampling technique. The data were colleted by distributing questionnaires to the customers of Jacinto store. The data were analyzed using multiple regression analysis technique. The result of regression analysis proved that customers' perception on the store attributes normely price, location , completeness and good service had a significant influence on the customers' intention to buy either simultaneously and partially. The result of this research also showed that the completeness of Jacinto store was the most dominant factor influence the customers' intention to buy.

Key words : customers' perception , prices, location, service, completeness and customers' intention to buy.