

ABSTRAK

Micky Mouse merupakan salah satu bentuk industri pengecer toko (*store retailing*), tepatnya termasuk ke dalam jenis Toko Serba Ada (*Departement Stores*) yaitu toko yang menjual berbagai lini produk, beroperasi sebagai suatu departemen tersendiri yang dikelola oleh pembeli atau pedagang khusus, biasanya menjual pakaian, perlengkapan rumah, dan barang kebutuhan rumah tangga.

Sejalan dengan perkembangan perekonomian yang semakin membaik, maka semakin banyak pula bermunculan Swalayan dan Toko Serba Ada yang mencoba mencari peluang baru untuk mengembangkan usaha dan mampu berkompetisi. Untuk mampu berkompetisi dengan para pesaingnya dan mampu untuk melayani kebutuhan masyarakat berupa barang dan jasa yang ditawarkan oleh Swalayan Micky Mouse maka salah satu strategi yang dilaksanakan untuk menarik dan meningkatkan minat beli konsumen adalah dengan melaksanakan penataan rancangan *store atmosphere*. Rancangan *store atmosphere* terdiri dari empat elemen, yaitu *Exterior* (bagian luar toko), *General Interior* (bagian dalam toko), *Store Layout* (tata letak di dalam toko) dan *Interior Point of Purchase Displays* (area pembelian di dalam toko).

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh rancangan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Swalayan Micky Mouse maka penulis mengadakan penelitian. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam mengadakan penelitian ini sejak pengumpulan data hingga pengolahan data dapat dikelompokkan sebagai berikut: metode penelitian atau metode pengumpulan data menggunakan metode *analisis deskriptif*, jenis dan sumber data terdiri dari data primer dan data sekunder, teknik pengumpulan data terdiri dari penelitian lapangan dan studi kepustakaan, metode analisis data menggunakan analisa kuantitatif dan metode pengambilan sampel menggunakan metode pengambilan sampel secara acak sederhana (*simple random sampling*).

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 orang pengunjung Swalayan Micky Mouse. Data yang diperoleh kemudian dianalisa secara kuantitatif dengan menggunakan metode statistik. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS* maka dapat diketahui analisa uji signifikansi untuk uji $\hat{C}$ regresi linier adalah sebesar 0,007 (karena nilai signifikansi kurang dari 0,05) maka H_0 ditolak yang artinya ada pengaruh antara rancangan *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen Swalayan Micky Mouse, dan besarnya pengaruh rancangan *store atmosphere* Swalayan Micky Mouse adalah sebesar 4.1% sedangkan sisanya 95.9% dipengaruhi oleh factor-faktor lain diluar rancangan *store atmosphere*. Maka dapat disimpulkan bahwa penataan rancangan *store atmosphere* yang dilakukan Swalayan Micky Mouse dinilai baik oleh konsumen, walaupun ada beberapa faktor yang masih perlu ditingkatkan lagi pada waktu yang akan datang untuk dapat meningkatkan minat beli konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4. Kerangka Penelitian	5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Pemasaran	9
2.2. Pengertian Usaha Eceran	9
2.2.1. Klasifikasi Usaha Eceran	11
2.2.2. Jenis-jenis Pengecer	14
2.2.3 Toko Serba Ada (<i>Departement Stores</i>)	18
2.3. Rancangan <i>Store Atmosphere</i>	18
2.3.1. Pengertian <i>Store Atmosphere</i>	18
2.3.2. Elemen-Elemen Rancangan <i>Store Atmosphere</i>	20

2.3.2.1. <i>Exterior</i> (Bagian Depan Toko)	22
2.3.2.2. <i>General Interior</i> (Bagian Dalam Toko)	25
2.3.2.3. <i>Store Layout</i> (Tata Letak Barang Dalam Toko)	30
2.3.2.4. <i>Interior Point of Purchase Displays</i> (Area Pembelian Toko)	33
2.4. Minat Beli Konsumen	36
2.5 Hipotesis	37

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek dan Lokasi Penelitian	38
3.2. Metode Penelitian	39
3.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan	39
3.2.2 Jenis dan Sumber Data	39
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.2.4 Operasional Variabel	41
3.3. Metode Analisis	46
3.4. Metode Penentuan Jumlah Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	46
3.5. Metode SPSS	48
3.6. Analisa Regresi Linier	48
3.7. Pengujian Koefisien Arah $\hat{\alpha}$ Regresi Linier	49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Elemen Rancangan <i>Store Atmosphere</i>	50
---	----

4.1.1. Penataan Rancangan <i>Store Atmosphere</i>	
Swalayan Micky Mouse	50
4.1.1.1. Penataan <i>Exterior</i> Swalayan Micky Mouse	50
4.1.1.2. Penataan <i>General Interior</i> Swalayan Micky Mouse	54
4.1.1.3. Penataan <i>Store Layout</i> Swalayan Micky Mouse	59
4.1.1.4. Penataan <i>Interior Point of Purchase Displays</i> (POP)	
Swalayan Micky Mouse	63
4.2. Profil Responden	66
4.2.1. Profil Jenis Kelamin Responden	66
4.2.2. Profil Usia Responden	68
4.2.3. Profil Pekerjaan Responden	67
4.2.4. Profil Tingkat Pengeluaran Perbulan	68
4.2.5 Profil Frekuensi Belanja Responden	69
4.2.6 Profil Pengeluaran Kendaraan Responden	69
4.3. Penilaian Konsumen terhadap Penataan Rancangan <i>Store</i>	
<i>Atmosphere</i> Swalayan Micky Mouse Wonosobo	70
4.3.1 Penilaian Konsumen terhadap Penataan <i>Exterior</i> Swalayan	
Micky Mouse Wonosobo	71
4.3.2 Penilaian Konsumen terhadap Penataan <i>General Interior</i>	
Swalayan Micky Mouse Wonosobo	74
4.3.3 Penilaian Konsumen terhadap Penataan <i>Store Layout</i>	
Swalayan Micky Mouse Wonosobo	79
4.3.4 Penilaian Konsumen terhadap Penataan <i>Interior POP Display</i>	
Swalayan Micky Mouse Wonosobo	81

4.4. Penataan Rancangan <i>Store Atmosphere</i> dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Swalayan Micky Mouse Wonosobo	82
4.5. Pengaruh Rancangan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Minat Beli Konsumen Swalayan Micky Mouse Wonosobo	85

BAB V KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran	90

DAFTAR PUSTAKA	xii
-----------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1. Bagan Operasional Variabel	41
4.1 Tema Dekorasi Swalayan Micky Mouse	65
4.2 Data Responden Jenis Kelamin	66
4.3 Data Responden Berdasarkan Usia	67
4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.5 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Perbulan	68
4.6 Data Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja	69
4.7 Data Responden Berdasarkan Penggunaan Kendaraan	69
4.8 Penilaian Konsumen terhadap Papan Nama Toserba	71
4.9 Penilaian Konsumen terhadap Pintu Masuk-Keluar Toko	71
4.10 Penilaian Konsumen terhadap Bangunan Toko	72
4.11 Penilaian Konsumen terhadap Lokasi dan Lingkungan Toko	72
4.12 Penilaian Konsumen terhadap Keamanan Kendaraan Saat Parkir	74
4.13 Penilaian Konsumen terhadap Kapasitas Tempat Parkir	73
4.14 Penilaian Konsumen terhadap Pencahayaan	74
4.15 Penilaian Konsumen terhadap Alunan Musik	75
4.16 Penilaian Konsumen terhadap Penataan Display	75
4.17 Penilaian Konsumen terhadap Temperatur Udara	76
4.18 Penilaian Konsumen terhadap Jarak Antar Rak	76
4.19 Penilaian Konsumen terhadap Pegawai Toko	77
4.20 Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Barang Dagangan	78
4.21 Penilaian Konsumen terhadap Keanekaragaman Barang Dagangan	78

4.22 Penilaian Konsumen terhadap Fasilitas Kamar Ganti	79
4.23 Penilaian Konsumen terhadap Kasir	79
4.24 Penilaian Konsumen terhadap Pengelompokan Barang	80
4.25 Penilaian Konsumen terhadap Penyusunan Tata Letak Barang	80
4.26 Penilaian Konsumen terhadap Barang-Barang Di Rak	81
4.27 Penilaian Konsumen terhadap Petunjuk Letak Barang	80
4.28 Penilaian Konsumen terhadap Dekorasi Toko	82
4.29 Minat Konsumen Untuk Menikmati Produk	83
4.30 Minat Konsumen Untuk Menyukai Produk	83
4.31 Minat Konsumen Untuk Memiliki Produk	84
4.32 Minat Konsumen Untuk Membeli Produk	84

DAFTAR GAMBAR

1.1 Skema Kerangka Pemikiran	7
1.2 Diagram Elemen <i>Store Atmosphere</i>	8
2.1 Diagram Elemen <i>Store Atmosphere</i>	21

DAFTAR LAMPIRAN

- ⌘ Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi
- ⌘ Berita Acara Bimbingan
- ⌘ Riwayat Hidup
- ⌘ Surat Pernyataan
- ⌘ Kuesioner Untuk Konsumen Swalayan Micky Mouse
- ⌘ Pengolahan SPSS 11.5