

ABSTRACT

Nama : Erina Handoyo
Judul : Peranan Kinerja Bauran Ritel terhadap
Minat beli Konsumen pada Toserba
Griya Bandung
Tanggal :
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Sucherly, SE., MS.

Seiring dengan tingkat persaingan yang terjadi dalam industri ritel pada saat ini amat tinggi. Dalam persaingan yang tinggi tersebut, perusahaan harus memilih dan menggunakan strategi yang tepat yang dapat memenangkan persaingan ketat yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini.

Dengan melihat keadaan persaingan yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini, penulis berharap dapat melakukan penelitian terhadap persaingan dalam industri ritel sehingga menemukan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada Toserba Griya Bandung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data.

Setelah melakukan penelitian pada Toserba Griya penulis berkesimpulan bahwa Toserba Griya senantiasa menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan juga kepada konsumen juga sangat mempengaruhi maka Toserba Griya menggunakan cara harga silang yaitu dimana pada salah satu produk Toserba Griya menjual dengan harga murah sedangkan pada produk lain menjual dengan harga yang cukup tinggi. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toserba Griya adalah: kegiatan promosi intern dan kegiatan promosi ekstern.

Penulis juga berkesimpulan konsumen dapat mengetahui keunggulan dari Toserba Griya sehingga menimbulkan keinginan atau ketertarikan untuk melakukan pembelian sehingga mengakibatkan minat beli konsumen mengalami peningkatan.

ABSTRACT

Nama : Erina Handoyo
Judul : Peranan Kinerja Bauran Ritel terhadap
Minat beli Konsumen pada Toserba
Griya Bandung
Tanggal : 19 Januari 2007
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Sucherly, SE., MS.

Seiring dengan tingkat persaingan yang terjadi dalam industri ritel pada saat ini amat tinggi. Dalam persaingan yang tinggi tersebut, perusahaan harus memilih dan menggunakan strategi yang tepat yang dapat memenangkan persaingan ketat yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini.

Dengan melihat keadaan persaingan yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini, penulis berharap dapat melakukan penelitian terhadap persaingan dalam industri ritel sehingga menemukan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada Toserba Griya Bandung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data.

Setelah melakukan penelitian pada Toserba Griya penulis berkesimpulan bahwa Toserba Griya senantiasa menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan juga kepada konsumen juga sangat mempengaruhi maka Toserba Griya menggunakan cara harga silang yaitu dimana pada salah satu produk Toserba Griya menjual dengan harga murah sedangkan pada produk lain menjual dengan harga yang cukup tinggi. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toserba Griya adalah: kegiatan promosi intern dan kegiatan promosi ekstern.

Penulis juga berkesimpulan konsumen dapat mengetahui keunggulan dari Toserba Griya sehingga menimbulkan keinginan atau ketertarikan untuk melakukan pembelian sehingga mengakibatkan minat beli konsumen mengalami peningkatan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.....	6
2.1.1. Pengertian <i>Retailing</i>	6
2.1.2. Pengertian <i>Retailer</i>	7
2.1.3. Fungsi <i>Retailer</i>	8
2.1.4. Jenis-Jenis <i>Retailer</i>	9
2.1.5. Pengertian <i>Retailing Mix</i>	11
2.1.6. Minat Beli Konsumen.....	26

2.1.7. Peranan Kinerja Bauran Ritel dalam Menumbuhkan	
Minat Beli Konsumen.....	29
2.2. Kerangka Pemikiran.....	32
2.3. Hipotesis.....	35

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode yang digunakan.....	37
3.2. Operasionalisasi Variabel.....	38
3.2.1. Pengukuran Variabel.....	48
3.2.2. Transformasi Skala Pengukuran.....	50
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data.....	51
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan.....	58
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Toserba Griya.....	58
4.1.2 Struktur Organisasi Toserba Griya.....	59
4.2. Pelaksanaan Retail Mix Yang Diterapkan Toserba Griya	62
4.3. Peranan Retail Mix dalam Meningkatkan Minat Beli	
Konsumen.....	66
4.3.1 Kinerja Bauran Pemasaran Retail Mix.....	67
4.3.2 Minat Beli Konsumen.....	80

4.3.3 Peranan Retail Mix terhadap Minat Beli Konsumen.....	83
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	88
5.2. Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.	Elemen dari Store Atmosphere.....	16
Gambar 2.2.	Customer Satisfaction Outcome.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Retail Mix.....	39
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Minat Beli Konsumen.....	45
Tabel 4.1. Lokasi.....	67
Tabel 4.2. Keamanan Lokasi.....	67
Tabel 4.3. Design Gedung.....	68
Tabel 4.4. Layout.....	69
Tabel 4.5. Papan Nama.....	69
Tabel 4.6. Penataan Barang.....	70
Tabel 4.7. Kualitas Produk.....	71
Tabel 4.8. Selera Konsumen.....	71
Tabel 4.9. Jumlah Produk.....	72
Tabel 4.10. Kebutuhan Konsumen.....	72
Tabel 4.11. Tingkat Harga.....	73
Tabel 4.12. Harga Sesuai dengan Kualitas.....	74
Tabel 4.13. Iklan.....	74
Tabel 4.14. Informasi Barang Baru.....	75
Tabel 4.15. Tema Iklan.....	76
Tabel 4.16. Special Event.....	76
Tabel 4.17. Lahan Parkir.....	77
Tabel 4.18. Aktivitas Pelayanan.....	77
Tabel 4.19. Karyawan.....	78
Tabel 4.20. Diskon.....	79
Tabel 4.21. Undian Berhadiah.....	79
Tabel 4.22. Tingkat Pembelian Konsumen.....	80
Tabel 4.23. Referensi kepada Keluarga atau Teman.....	81
Tabel 4.24. Informasi Produk.....	82
Tabel 4.25. Tingkat Ketertarikan Konsumen untuk Melakukan Pembelian Ulang.....	82
Tabel 4.26. Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson.....	83

Tabel 4.27. Perhitungan Keberartian Koefisien Korelasi.....	84
---	----