

ABSTRACT

Competition in the retail industry increasingly prevalent as motor cross gear retailer has reached VariasiMX store sales but more years of diminishing sales therefore the aim of this study was to analyze the effect of retail sales mix towards the store brand image.

The results of the study of 150 respondents showed that retail sales mix affect the brand image of the store where there is a value contribution of 10.37% and the value of sig $0.000 > 0.050$ then H_1 is accepted.

Based on the results of the test data that has been done, the retail sales mix enough to affect the brand image of the store, shop here VariasiMX should pay attention to and strengthen the retail mix so that the brand image of the store becomes a major consideration for consumers would like a brand, especially a brand store VariasiMX as their flagship store . Shop VariasiMX should consider factors such as: consumer products being interested, interesting use of media promotion, good service and helpful, the atmosphere in the store design is in accordance with the criteria hunted market segments, both in terms of factors hospitality employees to ease provide information covering stores and products. These factors should be considered in detail by VariasiMX stores that the company is the better the image in the minds of consumers.

Keywords: retail mix and store brand image

ABSTRAK

Persaingan di dunia industri ritel semakin marak sebagai perusahaan ritel perlengkapan *motor cross* toko VariasiMX sudah mencapai penjualan tapi semakin tahun penjualan semakin menurun oleh karena itu tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh bauran penjualan eceran terhadap citra merek toko.

Hasil penelitian dari 150 responden menunjukkan bahwa bauran penjualan eceran berpengaruh terhadap citra merek toko dimana terdapat nilai kontribusi sebesar 10.37% dan nilai sig $0.000 > 0.050$ maka H_1 diterima.

Berdasarkan hasil pengujian data yang telah dilakukan, bauran penjualan eceran cukup berpengaruh terhadap citra merek toko, disini Toko VariasiMX harus memperhatikan dan menguatkan bauran penjualan eceran tersebut agar citra merek toko menjadi pertimbangan utama konsumen untuk suka akan suatu merek terutama merek toko VariasiMX sebagai toko andalan mereka. Toko VariasiMX harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti: produk yang sedang konsumen minati, penggunaan media promosi yang menarik, pelayanan yang bagus dan bermanfaat, desain suasana dalam toko yang sesuai dengan kriteria-kriteria segmen pasar yang diburu, faktor karyawan baik dari segi keramahan hingga kemudahan memberikan informasi meliputi toko dan produk. Faktor-faktor tersebut harus secara detail diperhatikan oleh toko VariasiMX agar pencitraan perusahaan tersebut semakin baik di benak konsumen.

Kata kunci: bauran penjualan eceran dan citra merek toko

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka	6
2.1.1. Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	6
2.1.2. Bauran Ritel (<i>Retailing Mix</i>)	8
2.1.3. Merek.....	15
2.1.4. Ekuitas Merek.....	17
2.1.5. Citra Merek.....	18
2.1.6. Citra Toko	21
2.2. Rerangka Teoritis	23
2.3. Rerangka Pemikiran	23
2.4. Pengembangan Hipotesis.....	25
2.5. Model Penelitian.....	26
2.6. Penelitian Terdahulu.....	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode penelitian	27
3.2. Jenis Penelitian	27
3.3. Populasi, <i>Sample</i> dan Teknik Pengambilan <i>Sample</i>	27

3.3.1. Populasi.....	27
3.3.2. <i>Sample</i>	28
3.4. Devinisi Oprasional Variable (DOV).....	29
3.5. Teknik Pengumpulan Data	31
3.6. Uji Instrumen.....	31
3.6.1. Uji Validitas.....	31
3.6.2. Uji Reliabilitas	32
3.7. Metode Analisis Data	32
3.7.1. Regresi.....	32
3.7.2. Regresi Sederhana	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
4.1.1. Uji Validitas.....	35
4.1.2. Uji Reliabilitas	36
4.2. Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	37
4.2.1. Jenis Kelamin.....	37
4.2.2. Usia	39
4.3. Analisis Data Penelitian.....	40
4.3.1. Analisis Deskriptif Data Penelitian	41
4.3.1.1. Deskriptif Variabel Bauran Penjualan Eceran (<i>Retailing Mix</i>) (X).....	41
4.3.1.2. Deskriptif Variabel Citra Merk Toko (Y)	54
4.4. Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (<i>Retailing Mix</i>) (X) terhadap Citra Merk Toko (Y).....	58

4.4.1. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	58
4.4.2. Analisis Korelasi.....	59
4.4.3. Analisis Koefisien Determinasi	60
4.4.4. Uji Hipotesis	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan.....	65
5.2. Implikasi Manajerial.....	66
5.3. Keterbatasan Penelitian	67
5.4. Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Bagan Rerangka Teoritis	23
Gambar 2 Bagan Rerangka Pemikiran.....	24
Gambar 3 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	38
Gambar 4 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia	40
Gambar 5 Pengujian Hipotesis (Kurva Uji-t).....	62

DAFTAR TABEL

Tabel I	Data Pembeli VariasiMX, Factor Trail Shop, Diva Industries Tahun 2013	3
Tabel II	Operasionalisasi Variabel	30
Tabel III	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pengisian Eceran (X).....	35
Tabel IV	Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek Toko (Y) ...	36
Tabel V	Hasil Uji Realibilitas Kuisisioner Penelitian.....	37
Tabel VI	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel VII	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel VIII	Persepsi Responden Tentang Variabel Bauran Penjualan Eceran (<i>Retailing Mix</i>) (X)	42
Tabel IX	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Produk di toko VariasiMX berkualitas”	42
Tabel X	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Merek produk di toko VariasiMX beranekaragam”	43
Tabel XI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Produk di toko VariasiMX lengkap”	43
Tabel XII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Harga di toko VariasiMX wajar”	44
Tabel XIII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Harga berbanding nilai barang sesuai”	44

Tabel XIV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Lokasi toko VariasiMX mudah diakses”	45
Tabel XV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Lokasi dari toko VariasiMX strategis”	45
Tabel XVI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Sarana transportasi menuju toko VariasiMX mudah”	46
Tabel XVII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Iklan VariasiMX dapat menarik konsumen”	46
Tabel XVIII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Brosur VariasiMX dapat menarik konsumen”	47
Tabel XIX	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “ <i>Personal selling</i> VariasiMX dapat menarik konsumen”	47
Tabel XX	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “ <i>Sales promotion</i> VariasiMX dapat menarik konsumen”	48
Tabel XXI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “ <i>Publicity</i> VariasiMX dapat menarik konsumen”	48
Tabel XXII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Tempat parkir di toko VariasiMX memadai”	49
Tabel XXIII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Kamar kecil di toko VariasiMX memadai”	49
Tabel XXIV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Arsitektur dan tata cahaya lampu di toko VariasiMX memadai”	50
Tabel XXV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Tempat penitipan barang di toko VariasiMX memadai”	50

Tabel XXVI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Kebersihan di toko VariasiMX membuat nyaman konsumen”	51
Tabel XXVII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Pembayaran dengan kartu kredit di toko VariasiMX mempermudah konsumen berbelanja”	51
Tabel XXVIII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Jasa pelayanan antar barang dari toko VariasiMX memuaskan”	52
Tabel XXIX	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Pegawai toko VariasiMX membantu konsumen dalam mencari produk yang diinginkan”	52
Tabel XXX	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Pegawai toko VariasiMX ramah kepada konsumen”	53
Tabel XXXI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Pegawai toko VariasiMX selalu siap membantu konsumen”	53
Tabel XXXII	Persepsi Responden Tentang Variabel Citra Merk Toko (Y).....	55
Tabel XXXIII	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Toko VariasiMX memiliki citra yang baik”	56
Tabel XXXIV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Terdapat nilai yang tinggi dalam persepsi Anda mengenai toko VariasiMX”	56
Tabel XXXV	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Terdapat hubungan emosional antara toko VariasiMX dengan Anda”	57
Tabel XXXVI	Tanggapan Responden Tentang Item Pernyataan “Anda setia menggunakan jasa atau pelayanan toko VariasiMX”	57
Tabel XXXVII	Regresi Linier Sederhana.....	58

Tabel XXXVIII	Koefesien Korelasi Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) (X) terhadap Citra Toko Merk (Y).....	59
Tabel XXXIX	Kekuatan Hubungan antara Variabel X dan Y	59
Tabel XL	Model Summary	60
Tabel XLI	Coefficients ^a	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

Lampiran Pengolahan Data