

ABSTRACT

One of the most important element in a company is the product (merchandise) are offered to consumers of goods or services. The key to realizing the sales figures in order to continue mangalami increase in the retail business is to sell or supply goods to the quality or good quality and varied so as to respond to customer needs is therefore necessary for the management of the product to be sold (merchandising). Problems discussed in this thesis is the purpose of merchandising in stores PD MEMEY, how the cost of store merchandising conducted PD MEMEY, whether there is influence of merchandising on retail sales, merchandising roles to increase retail sales.

The method of analysis used in this study the authors are of two kinds, namely: (1) descriptive analysis, which is used to obtain a clear picture of the development cost of merchandise and retail sales. (2) to determine the quantitative analysis of consumer behavior in stores PD MEMEY to increase retail sales.

The results of this study are that is 0.886 ANOVA value there is no effect between the cost of merchandising with retail sales but the merchandising roles can help companies to increase retail sales.

Key words: Merchandising, Merchandising Cost and Retail Sales, Multiple Regression.

ABSTRAK

Salah satu unsur terpenting dalam suatu perusahaan adalah produk (*merchandise*) yang ditawarkan kepada konsumen baik barang atau jasa. Kunci untuk merealisasikan angka penjualan agar terus mengalami peningkatan dalam bisnis ritel adalah menjual atau menyediakan barang dengan mutu atau kualitas yang baik dan variatif sehingga mampu menjawab kebutuhan pelanggan oleh karena itu perlu pengelolaan terhadap produk yang akan dijual (*merchandising*). Masalah yang dibahas dalam skripsi ini adalah tujuan dari *merchandising* di Toko PD MEMEY, bagaimana biaya *merchandising* yang dilakukan Toko PD MEMEY, apakah terdapat pengaruh biaya *merchandising* terhadap penjualan ritel, peran *merchandising* guna meningkatkan penjualan ritel.

Metode analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini ada dua macam, yaitu: (1) analisis deskriptif, yang digunakan untuk memperoleh gambaran secara jelas mengenai perkembangan biaya *merchandise* dan penjualan ritel. (2) analisis kuantitatif untuk mengetahui perilaku konsumen pada Toko PD MEMEY guna meningkatkan penjualan ritel.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa nilai sig ANOVA sebesar 0.886 artinya tidak terdapat pengaruh antara biaya *merchandising* dengan penjualan ritel tetapi peran *merchandising* dapat membantu perusahaan guna meningkatkan penjualan ritel.

Kata-kata kunci: *Merchandising, biaya Merchandising dan penjualan ritel, multipel regresi.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Uraian Teoritis.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran, Manajemen Pemasaran.....	6
2.1.2 Strategi Produk.....	7
2.2 Pengenalan Pengelolaan Barang Dagangan.....	7
2.3 Perencanaan Merchandise.....	12

2.4 Pelaksanaan Manajemen Merchandise.....	14
2.5 Manajemen Kategori.....	16
2.5.1 Peranan Kategori Konsumen.....	16
2.5.2 Pohon Keputusan Konsumen.....	17
2.5.3 Keseimbangan Kategori.....	19
2.6 Pengertian Pembelian.....	19
2.6.1 Klasifikasi dari Sistem Transaksi Pembelian.....	20
2.6.2 Faktor-faktor untuk melakukan pemesanan.....	21
2.7 Persediaan Barang Dagangan.....	22
2.7.1 Manfaat Manajemen Persediaan.....	22
2.7.2 Laporan Manajemen Persediaan.....	23
2.8 Pengertian Penjualan.....	25
2.8.1 Jenis - Jenis Penjualan.....	25
2.8.2 Bentuk - Bentuk Penjualan.....	26
2.9 Hubungan Merchandising dengan Penjualan Ritel.....	28
2.10 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	30
2.10.1 Kerangka Pemikiran.....	30
2.10.2 Hipotesis.....	35

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	36
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	36
3.1.2 Kategori Merchandise Perusahaan.....	37
3.1.3 Struktur Organisasi.....	38
3.1.4 Uraian Jabatan.....	39

3.2 Metode Penelitian.....	41
3.2.1 Prosedur Pengumpulan Data.....	41
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.2.3 Penentuan Responden.....	44
3.2.4 Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.5 Metode Analisis Data.....	46
3.2.5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	46
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	48
4.1.1 Biaya Merchandising.....	48
4.2 Kondisi Penjualan Ritel.....	51
4.3 Analisis Pengaruh Biaya Merchandising.....	52
4.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	54
4.3.2 Analisis Korelasi Berganda.....	57
4.3.3 Uji Hipotesis.....	59
4.3.4 Analisis Peran Merchandising.....	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN.....	69
DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Merchandise Hierarchy.....	18
Gambar 2 Paradigma Penelitian.....	35
Gambar 3 Manajemen Merchandise.....	38
Gambar 4 Struktur Organisasi.....	39

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I Operasionalisasi Variabel.....	45
Tabel II Biaya Merchandising.....	50
Tabel III Data Penjualan Ritel.....	51
Tabel IV Deskriptif Statistik.....	53
Tabel V Koefisien.....	54
Tabel VI Korelasi.....	56
Tabel VII Tingkat Keeratan Korelasi.....	58
Tabel VIII Model Summary.....	58
Tabel IX ANOVA.....	59
Tabel X Kriteria Merchandising.....	60