

ABSTRAK

Toko Serba Ada saat ini telah berkembang dengan pesat di Indonesia, dimana hampir di setiap kota besar terdapat Toko Serba Ada. Di kota Bandung, terdapat beberapa Toserba di berbagai lokasi. PT. Toserba “X” merupakan salah satunya yang berlokasi di Jl. Purwakarta 65 Bandung.

Toserba sebagai salah satu bentuk usaha eceran dituntut untuk semakin peka terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan perlu untuk menerapkan sistem pemasaran yang tepat, salah satunya adalah *sales promotion* melalui display. Diharapkan lewat display yang baik dan menarik dalam penyusunan barang, penyajian barang dan penataan display serta pelayanan yang baik diharapkan akan dapat menarik minat beli bagi konsumen. Display dapat memudahkan konsumen memilih, mencari dan mendapatkan barang yang mereka butuhkan.

Dengan sample yang diambil sebanyak 30 (tiga puluh) orang, maka didapat data hasil kuisisioner mengenai display yang dilakukan PT. Toserba “X”. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif untuk mengetahui tanggapan responden mengenai display yang dilakukan PT. Toserba “X” dalam kaitannya dengan minat beli konsumen.

Untuk menguji hubungan antara display dengan minat beli konsumen, maka dilakukan Uji Korelasi Berganda. Hasil perhitungan tersebut didapat $r = 0,908$, nilai ini menunjukkan adanya pengaruh yang kuat menuju sempurna. Untuk lebih mengetahui keterikatan antara kedua variable tersebut, maka dilakukan Uji Signifikan dengan $\alpha = 0,05$. Uji Signifikan yang dilakukan menggunakan uji satu sisi karena penulis mempunyai hipotesa akan adanya hubungan positif kedua variabel yang diuji. Kriteria uji yang digunakan adalah tolak H_0 , jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$.

Berdasarkan hasil perhitungan didapat F_{hitung} sebesar 40,54. Dengan demikian nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, sehingga dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang menunjukkan adanya hubungan antara faktor display dengan minat beli konsumen, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable X (faktor display) terhadap variable Y (minat beli konsumen) dilakukan Uji determinasi dengan hasil perhitungan sebesar 82,40 % yang berarti bahwa pengaruh display produk berpengaruh sebesar 82,40 % terhadap minat beli konsumen, dan sisanya sebesar 27,60 % dipengaruhi oleh faktor lain.

ABSTRACT

Nowadays department store has developed rapidly in Indonesia, whereas in every big cities there are department store. In Bandung there are some department store in various locations. Department store "X" is one of then located in Jl. Purwakarta 65 Bandung.

Department store as one of the retail business is demanded to become more sensitive to the necessities and the wishes of the consumers. Therefore the company needs to apply an exact marketing system one of them is sales promotion through display. Hoping that through good and interesting display in arranging goods, the goods presentation and display structuring and also good service are expected will interest the consumers. Because the display makes the consumers easier to choose, find, and get the goods that they need.

By taking thirty (30) persons for samples, the data from the questionnaire about display which is conducted in department store "X" is exist. Then this data is analyzed qualitatively respondents about display which is conducted in department store "X" related with the consumer's interest.

In order to test the correlation between display and consumer's interest, so Double Correlation Test (Uji Korelasi Berganda) is conducted. From the result of calculation it's found $r = 0,908$, this value shows there is great influence toward perfect. Further to get more about the correlation between these variables then Significance Test is conducted with $\alpha = 0,05$. significance Test is conducted using one side test because the writer has hypotesis that the positive correlation between two variables will be exist. Inlith the test criteria that will be conducted is rejected Null Hypotesis (H_0), if $F\text{-count} > F\text{-table}$.

From the result of calculation, $F\text{-count} = 40,54$ is exist. This $F\text{-count} > F\text{-table}$. So it's conclude H_0 is rejected and H_1 is accepted. Which shows there is correlation between factor display with the consumer's interest. And to find out how great the influence of variable X (factor display) toward variable Y (the consumer's interest). Determination Test is conducted with the result of calculation = 82,40 % that means the influence of display product 82,40 % toward the consumer's interest, and the rest 27,60 % is influenced by another factor.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kerangka Pemikiran.....	5
1.5 Hipotesis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	12
2.3 Usaha Eceran (Retailing).....	15
2.4 Toserba (Toko Serba Ada).....	15

2.5 Promosi Penjualan.....	19
2.6 Display.....	20
2.6.1 Jenis-Jenis Display.....	21
2.7 Minat Beli Konsumen.....	25
2.8 Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	26
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	
3.1.1 Toserba “X”.....	28
3.1.2 Sejarah Perkembangan Toserba “X”.....	29
3.1.3 Paradigma “X”.....	30
3.1.4 Lokasi Perusahaan.....	31
3.1.5 Tujuan Perusahaan.....	32
3.1.6 Struktur Organisasi.....	32
3.1.7 Tugas, Tanggungjawab dan wewenang masing-masing jabatan pada Struktur Organisasi.....	33
3.2 Metode Penelitian	
3.2.1 Definisi Variabel.....	36
3.2.2 Operasional Variabel.....	37
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.2.4 Teknik Pengambilan Sampling.....	39
3.2.5 Teknik Pengolahan dan Analisa Data.....	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden.....44

4.1.2 Analisis Tanggapan Responden.....48

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pelaksanaan Display Produk di Toserba “X”64

4.2.2 Hubungan Display Produk Dengan Minat Beli Konsumen.....70

4.2.3 Pengaruh Display Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....70

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....76

5.2 Saran.....78

DAFTAR PUSTAKA.....80

LAMPIRAN.....82

RIWAYAT HIDUP.....96

SURAT PERNYATAAN.....97

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.2.2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.1.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.1.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
Tabel 4.1.1.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.1.1.5 Profil Responden Berdasarkan Alasan Utama Berbelanja.....	48
Tabel 4.1.2.1 Jawaban Responden Terhadap Pengelompokan Barang Sejenis.....	49
Tabel 4.1.2.2 Jawaban Responden Terhadap Barang-Barang Yang Diatur Menurut Ukuran, Lokasi Dan Merk.....	50
Tabel 4.1.2.3 Jawaban Responden Terhadap Produk Yang Ditata Dalam Rak Dan Etalase.....	51
Tabel 4.1.2.4 Jawaban Responden Terhadap Jarak Antara Rak.....	52
Tabel 4.1.2.5 Jawaban Responden Terhadap Kemudahan Mencari Suatu Barang.....	53
Tabel 4.1.2.6 Jawaban Responden Terhadap Tanda-Tanda Informasi.....	54
Tabel 4.1.2.7 Jawaban Responden Terhadap Kelengkapan Dan Variasi Barang.....	55
Tabel 4.1.2.8 Jawaban Responden Terhadap Perubahan Susunan Yang Dilakukan Dalam Menghadapi Hari-Hari Besar.....	56

Tabel 4.1.2.9	Jawaban Responden Terhadap Kebersihan Barang.....	57
Tabel 4.1.2.10	Jawaban Responden Terhadap Kerapihan Barang.....	58
Tabel 4.1.2.11	Jawaban Responden Terhadap Penerangan Dalam Ruangan.....	59
Tabel 4.1.2.12	Jawaban Responden Terhadap Penataan Display Yang Ada Menimbulkan Perhatian Akan Suatu Produk.....	60
Tabel 4.1.2.13	Jawaban Responden Terhadap Daya Tarik Pada Produk.....	61
Tabel 4.1.2.14	Jawaban Responden Terhadap Keinginan Untuk Membeli.....	62
Tabel 4.1.2.15	Jawaban Responden Terhadap Dorongan Untuk Melakukan Pembelian.....	63
Tabel 4.2.3.1	Tabel Koefisien Regresi Linier Berganda.....	72
Tabel 4.2.3.2	Tabel Anova.....	73
Tabel 4.2.3.3	Tabel Summary.....	73
Tabel 4.2.3.4	Tabel Perhitungan Dan Pengujian.....	74

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran.....	10
Gambar 3.1.6 Struktur Organisasi PT. Toserba “X” Antapani Bandung.....	33