

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian.....	12
1. 3.1 Tujuan Penelitian	11
1.3.2 Kegunaan Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	13
2.1. Kajian Pustaka	13
2.1.1. Bauran Penjualan eceran.....	13
2.1.2. Konsep pengelolaan barang dagangan.....	15

2.1.2.1. Karakteristik pengelolaan barang dagangan Ritel.....	16
2.1.2.2. Hierarki pengelolaan barang dagangan.....	17
2.1.2.3. Manajemen pengelolaan barang dagangan ...	21
2.1.2.4. Komponen pengelolaan barang dagangan.....	23
2.1.2.4.1. <i>Quality</i> atau kualitas.....	23
2.1.2.4.2. <i>Price</i> atau Harga.....	26
2.1.2.4.3. Keragaman produk.....	30
2.1.3. Konsep perilaku konsumen.....	36
2.1.3.1. Definisi perilaku konsumen.....	36
2.1.3.2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.....	37
2.1.3.3. Tahap-tahap pengambilan keputusan konsumen.....	39
2.1.4. Konsep keputusan pembelian konsumen.....	49
2.1.4.1. Model pengambilan keputusan konsumen.....	50
2.1.4.2. Peran konsumen dalam pembelian.....	53
2.1.4.3. Tipe-tipe perilaku pembelian.....	54
2.1.5. Pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian konsumen.....	55
2.1.6. Resume Hasil Penelitian Pendahuluan.....	57
2.2. Kerangka Pemikiran.....	60
2.3. Hipotesis	64

BAB III	OBJEK PENELITIAN.....	65
3.1.	Objek Penelitian	65
3.2.	Metode Penelitian	65
3.2.1	Jenis dan Metode yang Digunakan	65
3.2.2	Operasionalisasi Variabel	67
3.2.3	Jenis dan Sumber Data	69
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	70
3.2.4.1	Populasi	70
3.2.4.2	Sampel	71
3.2.4.3	Teknik Sampling	74
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data	76
3.2.6	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	77
3.2.6.1	Validitas	77
3.2.6.2	Reliabilitas	79
3.2.7	Teknik Analisis Data	81
3.2.7.1	Rancangan Analisis Deskriptif	83
3.2.7.2	Rancangan Analisis Verifikatif	83
3.2.7.3	Rancangan Uji Hipotesis	89
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	90
4.1	Hasil Penelitian.....	90
4.1.1.	Profil Perusahaan.....	90
4.1.2.	Karakteristik dan pengalaman responden.....	92

4.1.2.1. Karakteristik responden.....	92
4.1.2.2. Pengalaman responden.....	98
4.1.3. Tanggapan responden terhadap pengelolaan barang dagangan	102
4.1.3.1. Tanggapan responden terhadap kualitas.....	103
4.1.3.2. Tanggapan responden terhadap harga.....	107
4.1.3.3. Tanggapan responden terhadap keragaman produk.....	111
4.1.4. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian.....	116
4.1.4.1 Tanggapan responden mengenai pemilihan produk.....	116
4.1.4.2 Tanggapan responden mengenai pemilihan minimarket.....	119
4.1.4.3 Tanggapan responden mengenai pemilihan saluran pembelian	123
4.1.4.4 Tanggapan responden mengenai penentuan waktu pembelian.....	124
4.1.4.5 Tanggapan responden mengenai pemilihan jumlah pembelian.....	127
4.1.5. Pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan Pembelian pada Yomart minimarket cabang Cibeureum Cimahi.....	128
4.1.5.1. Uji asumsi regresi.....	128
4.1.5.2. Pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian konsumen...	131
4.2 Pembahasan.....	138
4.2.1. Gambaran pengelolaan barang dagangan	138

4.2.2. Gambaran keputusan pembelian.....	153
4.2.3. Pengaruh pengelolaan barang dagangan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Yomart Minimarket cabang Cibeureum Cimahi.....	166
4.2.4. Implikasi Hasil Penelitian.....	169
4.2.4.1. Implikasi penelitian bersifat teoritik.....	169
4.2.4.2. Implikasi penelitian bersifat empirik.....	170
4.2.4.3. Implikasi penelitian terhadap pengembangan Pendidikan Manajemen Bisnis.....	172
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....	178
5.1 Kesimpulan.....	178
5.2 Rekomendasi.....	179
DAFTAR PUSTAKA.....	182
LAMPIRAN.....	185

DAFTAR TABEL

TABEL

1.1	PANGSA PASAR GERAJ RITEL MODERN (DALAM MILYAR).....	3
1.2	PERKEMBANGAN JUMLAH GERAJ DAN PERKIRAAN OMSET MINIMARKET.....	4
1.3	FREKUENSI TRANSAKSI YOMART CABANG CIBEUREUM PERIODE JANUARI-DESEMBER 2005- 2008.....	5
2.1	DEFINISI BAURAN PENJUALAN ECERAN.....	13
2.2	DEFINISI PENGELOLAAN BARANG DAGANGAN.....	16
2.3	CONTOH <i>MERCHANDISE HIERARCHY</i>	19
2.4	PERAN MANAJEMEN KATEGORI.....	19
2.5	KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN STRATEGI KERAGAMAN PRODUK PADA <i>MERCHANDISING</i>	35
2.6	DEFINISI KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	50
2.7	PENELITIAN PENDAHULUAN.....	57
3.1	OPERASIONALISASI VARIABEL.....	67
3.2	JENIS DAN SUMBER DATA.....	69
3.3	JUMLAH KUNJUNGAN KONSUMEN YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	71
3.4	HASIL PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN.....	79
3.5	HASIL PENGUJIAN RELIABILITAS INSTRUMEN.....	81
3.6	KRITERIA PENAFSIRAN HASIL PERHITUNGAN RESPONDEN	82
3.7	PEDOMAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI.....	86
3.8	KOEFISIEN DETERMINASI.....	88

4.1	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN.....	108
4.2	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA.....	109
4.3	KARAKTERISTIK BERDASARKAN PENDIDIKAN AKHIR.....	110
4.4	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	111
4.5	KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAN PERBULAN.....	112
4.6	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN BERBELANJA.....	114
4.7	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN RATA-RATA PENGELUARAN 1 KALI BELANJA.....	115
4.8	PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN JENIS PRODUK YANG BIASA DIBELI.....	117
4.9	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI BATAS WAKTU KADALUARSA BARANG YANG DIJUAL DI YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	119
4.10	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KESESUAIAN KUALITAS BARANG YANG DIJUAL DENGAN HARGA PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM.....	120
4.11	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KUALITAS BARANG YANG DIJUAL PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI DIBANDINGKAN DENGAN MINIMARKET LAIN.....	121
4.12	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI WAKTU PENYEDIAAN BARANG PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	122
4.13	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PROGRAM DISKON (POTONGAN HARGA) YANG DILAKUKAN DI YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	124

4.14	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DAYA TARIK HARGA BARANG DAGANGAN PADA RAK PAJANG DI YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	124
4.15	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI HARGA BARANG DAGANGAN YANG DITAWARKAN YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI	125
4.16	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PERBANDINGAN HARGA BARANG DAGANGAN PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI DENGAN MINIMARKET LAIN.....	126
4.17	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KETERSEDIAAN AKAN PRODUK BARU PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	128
4.18	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KETERSEDIAAN BERBAGAI VARIASI MEREK DARI SETIAP KATEGORI JENIS BARANG YANG DIJUAL PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	129
4.19	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI MENGENAI KETERSEDIAAN BERBAGAI VARIASI PRODUK (BENTUK, UKURAN) YANG DIJUAL PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	130
4.20	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KETERSEDIAAN BERBAGAI MEREK DAN PRODUK UNTUK DIPILIH PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	131
4.21	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMBELIAN PRODUK BERDASARKAN KELENGKAPAN PRODUK YANG DIJUAL PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	133
4.22	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMBELIAN PRODUK BERDASARKAN HARGA PRODUK YANG DITAWARKAN YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	134
4.23	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMBELIAN PRODUK BERDASARKAN KUALITAS PRODUK YANG DIJUAL YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM...	135

4.24	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMBELIAN PRODUK BERDASARKAN KETEPATAN KARYAWAN DALAM MEMBERIKAN INFORMASI (PRODUK, HARGA) PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM.....	136
4.25	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMILIHAN MINIMARKET BERDASARKAN KERAMAHAN KARYAWAN DALAM MELAYANI KONSUMEN YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	137
4.26	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMILIHAN MINIMARKET BERDASARKAN KETERSEDIAAN FASILITAS PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI....	139
4.27	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PEMILIHAN SALURAN DISTRIBUSI BERDASARKAN KESTRATEGISAN LOKASI YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM.....	140
4.28	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PENENTUAN WAKTU PEMBELIAN BERDASARKAN KONTINUITAS PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM.....	142
4.29	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI KESESUAIAN PEMBELIAN PRODUK DENGAN KEBUTUHAN DAN KEINGINAN KONSUMEN PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM	143
4.30	TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI JUMLAH PEMBELIAN BERDASARKAN BANYAKNYA PRODUK YANG DIBELI PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	144
4.31	UJI KENORMALAN DATA.....	145
4.32	UJI LINIERITAS DATA.....	147
4.33	HASIL OUTPUT <i>COEFFICIENTS</i>	151
4.34	REKAPITULASI INDIKATOR PENGELOLAAN BARANG DAGANGAN.....	155
4.35	REKAPITULASI INDIKATOR KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	171

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR

1.1	GRAFIK PERKEMBANGAN PANGSA PASAR OMSET RITEL MODERN.....	2
1.2	OMSET PENJUALAN YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHU PERIODE JUNI 2009 - JULI 2010.....	6
1.3	ALASAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN PADA YOMART <i>MINIMARKET</i> CABANG CIBEUREUM.	7
2.1	HIRARKI BARANG DAGANGAN.....	18
2.2	PROSES <i>MERCHANDISING CYCLE</i>	20
2.3	KOMPONEN MANAJEMEN <i>MERCHANDISING</i>	22
2.4	ASPEK <i>WIDE</i> DAN <i>DEEP</i> DALAM <i>ASSORTMENT</i>	34
2.5	FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAH LAKU KONSUMEN.....	37
2.6	TAHAP PROSES PEMBELIAN KONSUMEN.....	39
2.7	PROSES BELANJA ATAU PEMBELIAN.....	40
2.8	TAHAPAN EVALUASI ALTERNATIF DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	45
2.9	MODEL PERILAKU PEMBELI.....	51
2.10	MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN.....	52
2.11	PENGARUH PENGELOLAAN BARANG DAGANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM.....	63
2.12	PARADIGMA PENELITIAN.....	64
4.1	LOGO YOMART.....	91

4.2	STRUKTUR ORGANISASI YOMART MINIMARKET CABANG CIBEUREUM CIMAHI.....	92
4.3	GARIS <i>NORMAL PROBABILITY PLOT</i> PENGARUH PENGELOLAAN BARANG DAGANGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN.....	129
4.4	DIAGRAM PENCAR REGRESI LINIER.....	131



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

- 1 Profil Perusahaan Yomart *minimarket*
- 2 Instrumen penelitian
- 3 Koding data mentah ordinal
- 4 Data interval
- 5 Hasil output validitas dan realibitas
- 6 Perhitungan manual validitas dan reliabilitas
- 7 Nilai-Nilai r *Product Moment*
- 8 Karakteristik dan Pengalaman responden
- 9 Hasil gambaran variabel
- 10 Analisi Korelasi
- 11 Hasil output analisis regresi linier
- 12 Nilai-Nilai dalam Distribusi t
- 13 Data Interpolasi
- 14 Nilai-Nilai dalam Distribusi F
- 15 Biodata