RANCANGAN USULAN PENELITIAN SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : YULIANA

NPM : 190214739

Judul : DAMPAK INTERIOR DISPLAY, PELAYANAN, VARIASI PRODUK, DAN STORE LAYOUT PADA ORIENTASI PEMBELIAN PELANGGAN BARA BABYSHOP

1. Latar Belakang

Menurut Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO), bisnis ritel atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980 an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia. Hal ini timbul sebagai akibat dari pertumbuhan yang terjadi pada masyarakat kelas menengah, yang menyebabkan timbulnya permintaan terhadap supermarket dan departement store (convenience store) di wilayah perkotaan. Trend inilah yang kemudian diperkirakan akan berlanjut di masa-masa yang akan datang. Hal lain yang mendorong perkembangan bisnis ritel di Indonesia adalah adanya perubahan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas, terutama di kawasan perkotaan yang cenderung lebih memilih berbelanja di pusat perbelanjaan modern. Perubahan pola belanja yang terjadi pada masyarakat perkotaan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan berbelanja saja namun juga sekedar jalan-jalan dan mencari hiburan. Berkembangnya usaha di industri ritel ini juga diikuti dengan persaingan yang semakin ketat antara sejumlah peritel baik lokal maupun peritel asing yang marak bermunculan di Indonesia. (Soliha, 2008)

Letak Bara Baby Shop cukup strategis, karena terletak di pinggir jalan yang dapat dilewati oleh mobil, motor, sepeda maupun pejalan kaki sehingga mudah diakses oleh pelanggan yang ingin membeli. Walaupun Bara Baby Shop masih baru, toko perlengkapan bayi dan balita ini sudah lumayan banyak memiliki pelanggan-pelanggan yang sering datang dan membeli produk/barang yang disediakan. Karena sebelum Bara Baby Shop dibuka, si pemilik toko sudah melakukan promosi lewat media sosial dan teman-temannya maupun tetangganya. Di media sosial seperti facebook maupun instagram tersebut, si pemilik memasukkan foto-foto barang/produk yang dijualnya, memasang alamat, nomor telepon/hp yang dapat dihubungi sehingga jika ada orang yang berminat, bisa langsung memesan lewat media sosial itu atau menghubungi lewat telepon/hp Bara Baby Shop.

1. Rumusan masalah

Orientasi pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan kinerja pemasaran,menurut Rachmat (2018).

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka yang menjadi pertanyaan penulis :

2.1 Apakah Interior Display, pelayanan,variasi produk dan Store Layout pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop?

2.2 Apakah Interior display secara pirsial berpengaruh secara simultan pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop?

2.3 Apakah Pelayanan,variasi produk dan store layout secara persial berpengaruh pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop?

2.4 Manakah di antara Interior Display, pelayanan, variasi produk dan store layout yang mendominasi pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop?

3. Tujuan

3.1Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Interior Display,pelayanan,variasi produk dan Store Layout pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop.

3.2 Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Dampak orientasi display secara persial berpengaruh pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop.

3.3 Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji Pelayanan,variasi produk dan store layout secara persial berpengaruh pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop.

3.6 Untuk mengetahui dan menganalisis atau mengkaji diantara variable Interior Display, pelayanan,variasi produk dan Store Layout yang mendominasi pada Orientasi Pembelian Pelanggan Bara Babyshop.

4. Manfaat pelitian

4.1 Bagi penulis Agar dapat menerapkan teori-teori yang didapat dibangku kuliah didunia kerja yang sesungguhnya dan juga dapat menambah wawasan keilmuan strategi pemasaran.

4.2 Bagi Perusahaan Sebagai bahan masukan untuk pengambilan keputusan pada pihak Toko Bara Babyshop

4.3 Bagi dunia ilmu pengetahuan dapat dijadikan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya dan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan studi mengenai strategi.

5. Tinjauan Pustaka

5.1 Konsep Manajeman

5.2 Manajemen Pemasaran

5.3 Interior Display

5.4 Pelayanan

5.5 Variasi produk

5.6 Store Layout

5.7 Orientasi pembelian

6. Peneliti Terdahulu

6.1 Soliha, E. (2008). Analisis industri ritel di Indonesia. Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 15(2), 24251.(Soliha, 2008)

6.2 Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. Economics Development Analysis Journal, 8(2), 200-214.(Sari et al., 2019)

6.3 Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK), 8(3), 236-249.(Iskandar et al., 2019)

6.4 Soegiarto, E., Palinggi, Y., Reza, F., & Purwanti, S. (2022). Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification. Webology (ISSN: 1735-188X), 19(2).(Soegiarto et al., 2022)

6.5 Ekowati, V. M., Sabran, S., Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri, M. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. Quality–Access to Success journal, 22(184), 211-216.(Ekowati et al., 2021)

6.6 Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The interactive effects of leadership styles on counterproductive work behavior: an examination through multiple theoretical lenses. Quality–Access to Success, 23(188), 145-153.(Sabran et al., 2022)

7. Variabel Penelitian

7.1 Interior Display (X1)

7.2 Pelayanan (X2)

7.3 Variasi Produk (X3)

7.4 Store Layout (X4)

7.5 Orirntasi Pembelia (Y)

8. Indikator Variabel

8.1 Interior Display

1. tampilan rak pajang,
2. penataan pajangan menarik,
3. dekorasi
4. sesuai tema
5. kejelasan informasi petunjuk.

Menurut Fredy sugiman, Rika Mandasari (2015) dikutip dari (Andreani, F., Kristanti, M., & Yapola, A. (2013)).

8.2 Pelayanan

1. Bukti Fisik ( Tangible)
2. Keandalan (Reability)
3. Ketanggapan (Responsiveness)
4. Empati (Emphaty)

Menurut Tjiptono,dkk (2015:121) dikutip dari Muhtarom, A.,Syairozi, M.I., & Yonita, H.L. (2022).

8.3 Variasi Produk

1. Kelengkapan Produk
2. Merek Produk
3. Variasi Ukuran Produk
4. Kualitas Produk

Menurut Engel et al dalam Setianingsih (2016) dikutip dari Finthariasari, M., Ekowati, S., & Krisna, R. (2020).

8.4 Store Layout

1. Alokasi luas ruangan yang sesuai
2. Penempatan meja/kursi yang sesuai
3. Lokasi penempatan ruangan yang baik

Menurut Turley dan Milliman (2000) dikutip dari Andreani, F., Kristanti, M., & Yapola, A. (2013).

8.5 Orientasi Pembelian

1. Impulse Purchase Orientation
2. Brand Orientation
3. Quality Orientation

Menurut Thamizhvanan dan Xavier (2013:21) dikutip dari Ivoni, D., Santika, I. W., & Suryani, A. (2015).

9. Model Penelitian

Jenis penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah studi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, yang dapat digunakan dalam meneliti populasi maupun sampel tertentu, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan dalam suatu penelitian.Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni menggunakan metode survei dimana informasi dikumpulkan dari responden dengan mengunakan kuesioner (Aziz, 2020:107).

10. Alat Analisi

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk mengadakan analisis atas data yang diperoleh agar dapat ditarik kesimpulan, maka digunakan analisis metode regresi linier berganda untuk melihat pengaruh tiga variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Menurut Siregar, (2015) Analisis regresi linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

Y = βo + β1X1 + β2X2 + β2X3 + β2X4 + e

Keterangan :

Y = Orientasi Pembelian

X1 = Interior Display

X2 = Pelayanan

X3 = Variasi Produk

X4 = Store Layout

βo = Konstanta

β1...β2 = Koefisien regresi

e = Pengganggu

Model seperti di atas, digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Selain itu juga untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

DAFTAR PUSTAKA

Ekowati, V. M., Sabran, Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2), 200–214. http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/edaj

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Reza, F., & Purwanti, S. (2022). Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano- Bond Specification. *Webology (ISSN: 1735-188X)*, *19*(2), 6265–6278.

Soliha, E. (2008). ANALISIS INDUSTRI RITEL DI INDONESIA Oleh: Euis Soliha Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank Semarang. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, *15*(2), 128–142. https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/307/