

# PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap *retail display* berdasarkan karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pendapatan konsumen pada konsumen NIMCO STORE Jalan Mataram No. 90 Yogyakarta.

Penelitian ini adalah penelitian studi kasus yang dilakukan di NIMCO STORE Jalan Mataram No. 90 Yogyakarta. Teknik analisis data menggunakan uji ANOVA untuk menguji perbedaan persepsi konsumen terhadap *retail display* dilihat dari karakteristik jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) terdapat perbedaan persepsi konsumen berdasarkan karakteristik jenis kelamin terkait dengan variabel informasi *retail display*, kemudahan pengambilan produk serta minat beli. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh variabel pengelompokan jenis barang yang menunjukkan tidak adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap pengelompokan jenis barang pada konsumen NIMCO STORE berdasarkan karakteristik jenis kelamin, (2) tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen berdasarkan karakteristik usia terkait dengan variabel pengelompokan jenis barang, informasi *retail display*, kemudahan pengambilan produk serta minat beli, (3) tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan terkait dengan variabel pengelompokan jenis barang, informasi *retail display*, kemudahan pengambilan produk serta minat beli serta (4) terdapat perbedaan persepsi konsumen berdasarkan karakteristik tingkat pendapatan terkait dengan variabel informasi *retail display*, kemudahan pengambilan produk serta minat beli. Namun hasil yang berbeda ditunjukkan oleh variabel pengelompokan jenis barang yang menunjukkan tidak adanya perbedaan persepsi konsumen terhadap pengelompokan jenis barang pada konsumen NIMCO STORE berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

**ABSTRACT**

This research aimed to know about the difference on consumers perception toward retail display based on the characteristics of gender, age, education and income of NIMCO STORE consumers Jalan Mataram No. 90 Yogyakarta.

This was a case study done at NIMCO STORE Jalan Mataram No. 90 Yogyakarta. The data analysis technique was ANOVA to analyze difference of consumers perception toward retail display based on the characteristics of gender, age, education and income.

The research concluded that (1) there was a difference on consumers perception based on gender related with variables like retail display information, accessibility of the product and purchase intention. On item classification, the research found that there was no difference on consumers perception based on gender, (2) there was no difference on consumers perception based on age related with some variables like item classification, retail display information, accessibility of the product and purchase intention, (3) there was no difference on consumers perception based on education related with some variables like item classification, retail display information, accessibility of the product and purchase intention and (4) there was difference on consumers perception based on income related with some variables like retail display information, accessibility of the product and purchase intention. On item classification, the research found that there was no difference on consumers perception based on income.