

ABSTRAK

ANALISIS PERILAKU PEMBELI TERHADAP RETAIL DISPLAY STUDI KASUS PADA TOKO BUKU GRAMEDIA YOGYAKARTA

Paulus Pardamean L.T.
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
1999

Suatu toko/supermarket dengan fasilitas atau tempat yang tertata rapi dan enak di pandang mata akan menarik pembeli untuk berkunjung sekaligus membuat para pengunjung/pembeli merasa kerasan pada saat berbelanja, sehingga memungkinkan para pembeli untuk kembali dan melakukan pembelian ulang di supermarket/toko tersebut. Pemikiran inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti *retail display* yang ada di Toko Buku Gramedia, Yogyakarta. Selain ingin mengetahui profil pembeli di Toko Buku Gramedia, penulis ingin mengetahui penilaian pembeli terhadap *Retail display* yang ada di Toko Buku Gramedia yang diukur melalui perilaku mereka pada saat berbelanja.

Data pada penelitian ini didapat melalui penyebaran kuisisioner kepada para pembeli dan *interview* dengan pihak Gramedia. Sedangkan untuk pengambilan sampel, peneliti memakai teknik *purposive sampling*.

Untuk mengetahui profil pembeli, penulis menggunakan teknik analisis persentase. Sedangkan untuk mengetahui perilaku, alat analisis yang digunakan adalah analisis *reasoned action model* dari Fishbein dan Ajzen. *Reasoned Action model* mendalilkan bahwa minat yang dipandang sebagai bagian dari perilaku konsumen, ditentukan oleh komponen sikap dan norma subyektif.

Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai perilaku $B = 11,45654$. Karena nilai B positif (lebih besar dari nol), maka perilaku positif. Perilaku positif mengindikasikan bahwa *retail display* yang ada dalam Toko Buku Gramedia adalah baik. *Retail display* yang baik akan berdampak pada perilaku pembeli yang baik pula. Oleh karena itu bisa dikatakan penilaian pembeli terhadap *retail display* pada Toko Buku Gramedia adalah baik.

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF CUSTOMER BEHAVIOUR TOWARD RETAIL DISPLAY CASE STUDY AT GRAMEDIA BOOKSTORE YOGYAKARTA

Paulus Pardamean L. T.
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
1999

Stores or supermarkets should have well-arranged facilities or well-displayed goods attractive to see for all customers. The goal is to make the customers interested in visiting the store and to make them enjoy shopping which will enable the customers to visit the store again and buy the product displayed. That is the reason behind a research of Retail Display at Gramedia bookstore, Yogyakarta. The researcher did not only expect to construct a profile of the customer but also to assess the customer's judgement toward Retail Display at Gramedia Bookstore, which will be measured by their shopping behavior.

The data of this research are obtained by distributing a questionnaire to the customers and interviewing some of the Gramedia staff. To obtain a sample, the technique of purposive sampling is used.

The researcher uses a percentage analysis technique in order to know the customer's profile. The Reasoned Action Model of Fishbein and Ajzen is used to measure the customer's behavior. The Reasoned Action Model implies that attitude and subjective norm are components which determine one's interest as part of his behavior.

Based on the result of data analysis, the final score obtained is $B = 11,45654$. Since the score is positive (higher than zero), the behavior is positive. The positive behavior implies that the Retail Display at Gramedia Bookstore is good. The good Retail display will positively influence the customer's behavior. Hence, it is concluded that the customer's judgement towards the Retail display at Gramedia Bookstore is good.