

**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *VISUAL MERCHANDISING*
TERHADAP *CUSTOMER BUYING DECISION* DI ZARA GALAXY
MALL SURABAYA**



**OLEH :
SELVY MELYANA
3103010236**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2014**

**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *VISUAL MERCHANDISING*
TERHADAP *CUSTOMER BUYING DECISION* DI ZARA GALAXY
MALL SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

OLEH:

SELVY MELYANA

3103010236

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2014

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *VISUAL*
MERCHANDISING TERHADAP *CUSTOMER BUYING*
DECISION DI ZARA GALAXY MALL SURABAYA**

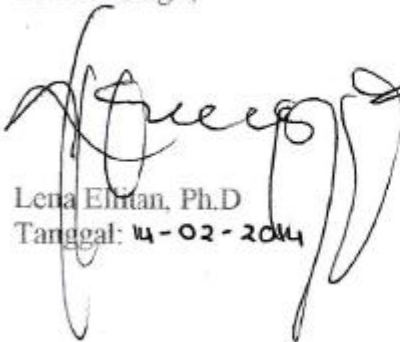
Oleh:

SELVY MELYANA

3103010236

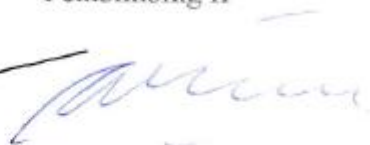
Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji untuk Sidang Akhir

Pembimbing I,



Lena Elitan, Ph.D
Tanggal: 14-02-2014

Pembimbing II




Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM
Tanggal: 19-02-2014

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Selvy Melyana NRP 3103010236
Telah diuji pada tanggal 28 Februari 2014 dan dinyatakan lulus oleh
Tim Penguji

Ketua Tim Penguji:



Lena Ellitan, Ph.D

NIK. 511.95.0227

Mengetahui:



Dekan,
Dr. Lodovicus Lasdi, SE., MM
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti SE. M.Si

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Selvy Melyana

NRP : 3103010236

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya:

PENGARUH ELEMEN-ELEMEN *VISUAL MERCHANDISING*
TERHADAP *CUSTOMER BUYING DECISION* DI ZARA GALAXY
MALL SURABAYA

Untuk dipublikasikan /ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Adapun maksud dan tujuan penulisan skripsi ini adalah guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti, SE, M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Bapak Robertus Sigit, SE, M.Sc., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Doping 1 Ibu Lena Ellitan, Ph. D. selaku dosen pembimbing I Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Doping 2 Ibu Dra. ec. Lydia Ari Widyarini. MM. selaku dosen pembimbing II Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
6. Segenap dosen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.

7. Orang tua, kedua kakak beserta kakak ipar yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, dukungan, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat-sahabat terkasih Bobby Gunawan, Cecilia Gozali, Irina Kusuma, Stephanie Gunawan, Indriyani dan teman-teman serta sahabat Widya Mandala yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas doa, semangat, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Dan pihak-pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya. Semoga atas bimbingan serta perhatian yang telah diberikan dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Kuasa. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Akhir kata, dengan segala keterbatasan penulis dapat menerima saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis mohon maaf jika terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini.

Surabaya, 21 Februari 2014

Selvy Melyana

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK	xi
<i>Abstract</i>	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Peneltian.....	6
1.5. Sistematika Penulisan.....	7
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Landasan Teori.....	9
2.2.1. <i>Retail Mix</i>	9
2.2.2. <i>Visual Merchandising</i>	11
2.2.3. Elemen-Elemen <i>Visual Merchandising</i>	14
2.2.4. Perilaku konsumen.....	17
2.3. Hubungan Antar Variabel	24
2.4. Model Penelitian	27

2.5. Hipotesis.....	28
BAB 3. METODE PENELITIAN.....	29
3.1. Desain Penelitian	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3. Definisi Operasional Variabel	30
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	31
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	32
3.6. Alat dan Cara Pengumpulan Data.....	32
3.7. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel...	33
3.8. Teknik Analisis Data	34
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1. Karakteristik Responden.....	38
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	43
4.3. Analisis Data Regresi Linear Berganda.....	44
4.4. Pembahasan.....	50
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	56
5.1. Simpulan	56
5.2. Saran	57
5.3. Keterbatasan.....	58

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu.....	8
Tabel 4.1 Interval rata-rata skor.....	38
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Windows Display</i>	39
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Colour</i>	39
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Lighting</i>	40
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Signage</i>	41
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Buying Decision</i>	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 <i>Output</i> Statistik Regresi Linear Berganda.....	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Lengkap Perilaku Konsumen Yang Memperlihatkan Pembelian dan Hasil.....	20
Gambar 2.2. Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap.....	22
Gambar 2.3. Model Penelitian.....	27

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Uji Validitas
- Lampiran 5. Uji Reliabilitas
- Lampiran 6. Analisis Regresi Linier Berganda

ABSTRAK

Visual merchandising terdiri dari *visual materials* dan *window displays*. *Visual merchandising* adalah suatu presentasi non personal dan pameran barang dagangan dengan penjelasan lebih rinci. Pendekatan ini untuk mendapatkan kepastian mengenai penampilan produk secara optimal, memperlengkapi pameran yang akan meningkatkan penyajian produk dan menggugah minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh elemen-elemen *visual merchandising* terhadap *customer buying decision* di ZARA Galaxy Mall.

Pada penelitian ini yang dipakai adalah penelitian konklusif pada studi experimental atau *causal research*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Jenis metode yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang yang membeli ZARA di Galaxy Mall Surabaya. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa *windows display*, *colour*, *lighting* dan *signage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *customer buying decision* ZARA di Galaxy Mall Surabaya.

Kata Kunci: *Windows Display; Colour; Lighting; Customer Buying Decision.*

THE INFLUENCE OF THE VISUAL ELEMENTS OF THE MECHANDISING TOWARD CUSTOMER BUYING DECISION AT ZARA GALAXY MALL SURABAYA

ABSTRACT

Visual merchandising consists of visual materials and window displays. Visual merchandising is a non personal presentation and exhibition of merchandise with a more detailed explanation. This approach to gain certainty regarding the appearance of products optimally equipping the exhibition will enhance the presentation of product consumers buy interest and evocative. This research aims to know the influence of the visual elements of the merchandising toward customer buying decision at ZARA Galaxy Mall.

In this study used is the conclusive research on the study of experimental or causal research. Sampling technique used is a non probability sampling. The type of method used is the purposive sampling. The sample used was 100 people who buy ZARA in Galaxy Mall in Surabaya. Data were collected using a questionnaire. Analytical techniques used was multiple linear regression analysis with the help of the program SPSS. The results of this analysis indicate that the windows display, colour, lighting and signage has a significant influence on customer buying decision ZARA in Galaxy Mall in Surabaya.

Keyword: Windows Display; Colour; Lighting; Customer Buying Decisions.