

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS

PENGARUH *BRAND AWARENESS BAKERY* BAKE MART  
HYPERMART PADA NIAT BELI KONSUMEN



OLEH:  
FLORENCIA YULIANI  
3103013190

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

PENGARUH *BRAND AWARENESS BAKERY* BAKE MART  
HYPERMART PADA NIAT BELI KONSUMEN

LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS  
Diajukan kepada  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis  
Jurusan Manajemen

OLEH:  
FLORENCIA YULIANI  
3103013190

JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2017

**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 : Florencia Yuliani  
NRP : 3103013190  
Judul : Pengaruh *Brand Awareness Bakery* Hypermart  
BAKE MART pada niat beli konsumen

Menyatakan bahwa laporan tugas akhir ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini 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 keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Juli 2017

Yang menyatakan



Florencia Yuiani

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN KULIAH PRAKTIK BISNIS**

**PENGARUH *BRAND AWARENESS BAKERY* BAKE MART  
HYPERMART PADA NIAT BELI KONSUMEN**

Oleh :

**FLORENCIA YULIANI**

310301390

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik  
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



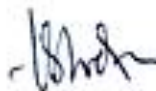
**Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si**

Tanggal : 20 Juni 2017

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan KPB yang ditulis oleh: Florencia Yuliani, NRP 3103013190  
Telah diuji pada tanggal 10 Juli 2017 dan dinyatakan lulus oleh Tim  
Penguji.

Ketua Tim Penguji:



Dr. Margaretha Ardhanari, M. Si  
NIK 311.95.0228

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,



Dr. Lodovikus Lasdi, MM., Ak., CA.  
NIK. 321.99.0370



Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc.  
NIK. 311.11.0678

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan, kasih karunia, dan penyertaan-Nya, sehingga laporan KPB ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan KPB ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, yang telah sabar membantu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan laporan KPB ini dari awal hingga akhir dengan baik.
4. Para Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, terutama para Ibu dosen Rumpun Ritel, yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Keluarga saya yang tercinta, yang terus memberikan semangat dan dukungan yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan KPB dengan penuh semangat.
6. Teman-teman masa kecil yang terus mengingatkan penulis untuk terus giat dalam penyusunan laporan KPB agar selesai tepat waktu.

7. Teman terindah (Daniel A. O) yang selalu memberikan hiburan dan semangat kala penulis merasakan jenuh dalam proses penyusunan laporan KPB.
8. Teman-teman seperjuangan seangkatan, yang memicu saya untuk terus berkomitmen menyusun laporan KPB dengan sebaik-baiknya.
9. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa yang sudah diberikan oleh kalian kepada penulis..

Semoga segala kebaikan yang telah diberikan oleh semua pihak di atas mendapat balasan yang berlimpah dari Tuhan Yesus Kristus. Penulis juga menyadari bahwa dalam laporan KPB ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Akhir kata, besar harapan penulis kiranya hasil laporan KPB ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, Juli 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Ruang Lingkup Proyek .....	6
1.3 Tujuan Proyek .....	7
1.4 Manfaat Proyek .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN</b>	
2.1 <i>Hypermarket</i> .....	10
2.2 <i>Hypermart</i> .....	11
2.3 <i>Bakery</i> .....	14
2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	15
2.5 Volume Penjualan.....	18
2.6 Hubungan Terhadap Volume Penjualan .....	20
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	23



3.2 Jenis dan Sumber Data .....	24
3.3 Alat dan Metode Pengumpulan .....	24
3.4 Objek Magang.....	26
3.5 Prosedur Analisis Data.....	26
<b>BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Profil Mitra Usaha .....	27
4.1.1 Sejarah .....	28
4.1.2 Tenaga Kerja .....	31
4.1.3 Proses Bisnis .....	32
4.2 Kegiatan yang Dilakukan.....	34
4.3 Eksplorasi Akar Masalah dan Pendekatan yang Dipilih.....	39
<b>BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1. Simpulan .....	50
5.2. Saran.....	51
5.2.1 Saran Akademis.....	51
5.2.2 Saran Praktis .....	51
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Hasil Wawancara Konsumen <i>Bakery</i> Hypermart .....	4-5
Tabel 4.1. Daftar Nama Karyawan <i>Bakery</i> Hypermart.....	32
Tabel 4.2. Jadwal dan Pelaksanaan KPB .....	34-36

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Merek <i>bakery</i> Hypermart .....	6
Gambar 4.1 Hypermart, Royal Plaza, Surabaya .....	19

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil wawancara konsumen *bakery* Hypermart, Royal

Lampiran 2 : Daftar nama karyawan *bakery* Hypermart, Royal Plaza

Lampiran 3 : Jadwal dan Pelaksanaan Kuliah Praktik Bisnis

Lampiran 4 : Layout *bakery* Hypermart, Royal Plaza

Lampiran 5 : Struktur Organisasi

## **ABSTRACT**

*Hypermarket is one of the most developed modern retail industries in Indonesia today, and one of the best hypermarket in Indonesia is Hypermart. However, there are some obstacles in each division, such as sales that are far from the target, and it happens in Hypermart bakery division located in Royal Plaza, Surabaya. The number of competitors, the lack of brand awareness in the minds of consumers is one of the reasons why the sales volume of bakery is far from the target. The purpose of this research is to see the effect of Brand Awareness bakery "Bake Mart" Hypermart on consumer purchase intention. Data collection methods used is by making observations in Hypermart bakery and interviews with consumers who shop bakery in Hypermart Royal Plaza, Surabaya.*

**Keywords:** *Hypermart, Bakery, Brand Awareness.*

## ABSTRAK

*Hypermarket* merupakan salah satu industri ritel modern yang sangat berkembang di Indonesia saat ini, dan salah satu *hypermarket* terbaik di Indonesia adalah Hypermart. Namun terdapat beberapa kendala di masing-masing divisi salah satunya seperti penjualan yang jauh dari target, dan hal tersebut terjadi di divisi *bakery* Hypermart yang berada di Royal Plaza, Surabaya. Banyaknya kompetitor, kurangnya kesadaran merek (*Brand Awareness*) di benak konsumen adalah salah satu penyebab mengapa volume penjualan *bakery* jauh dari target. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh *Brand Awareness bakery* “Bake Mart” Hypermart pada niat beli konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan observasi di *bakery* Hypermart dan wawancara dengan konsumen yang berbelanja *bakery* di Hypermart, Royal Plaza, Surabaya.

**Kata kunci** : Hypermart, Bakery, *Brand Awareness*.