BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

Blank Wear adalah perusahaan ritel yang bergerak di bidang toko baju yang berbasis di Ujung Berung. Melalui usaha memberikan pelayanan yang memuaskan dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat, kami berusaha menjadi peritel yang baik.

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan

Blank Wear Clothing Bandung berdiri pada tanggal 09 September 1999. *Blank Wear Clothing* Bandung itu dikelola oleh seorang pengusaha muda yakni Achmad Sony S. pada awalnya perusahaan ini merupakan usaha kecil-kecilan dengan modal yang kecil dan dengan jumlah pegawai hanya 5 (lima) orang. pertama perusahaan ini hanya menjual jaket dengan bahan parasut atau disebut juga *raincoat* dan dapat memesan jaket, celana jeans dan tas dengan desain yang konsumen telah sesuaikan, yang hanya melakukan promosi lewat pamphlet.

Adanya keinginan yang besar untuk menjadikan perusahaan lebih berkembang dan lebih maju lagi dan dengan memiliki kecerdikan dan kepandaian dalam menelola manajemen dan dengan keberanian dalam meminjam modal kepada salah satu Bank dengan jumlah yang cukup besar, maka *Blank Wear Clothing* Bandung mulai mengembangkan usahanya dan mampu menjual berbagai macam

produk pakaian mulai dari baju, celana, jaket, tas, dompet, topi, dan aksesories lainnya. Sehingga sampai saat ini *Blank Wear Clothing* Bandung mampu bertahan serta produk-produknya mampu dipasarkan sampai ke beberapa kota di Indonesia., seperti Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Medan, Bogor, Tanggerang, Makasar, Balikpapan, Bali, Jambi, Banjarmasin, Solo, Purwokerto, Samarinda, dan sekarang jumlah pegawainya pun bertambah menjadi 300 (tiga ratus) orang pegawai. Promosinya pun saat ini tidak hanya dengan pamflet akan tetapi bertambah dengan menggunakan media iklan yakni Sueve katalog, Ripple magazine, D'clik magazine yang merupakan barometer fashion dikalangan anak-anak muda, dan menjadi sponsor di berbagai event seperti bazzar, balap motor, dan olah raga extreme lainnya. Dengan promosi yang terus menerus dilakukan dan dengan keseriusan dalam memanajemennya maka setiap bulannya volume penjualan meningkat.

4.1.2 Struktur Organisasi *Blank Wear Clothing Co* Bandung

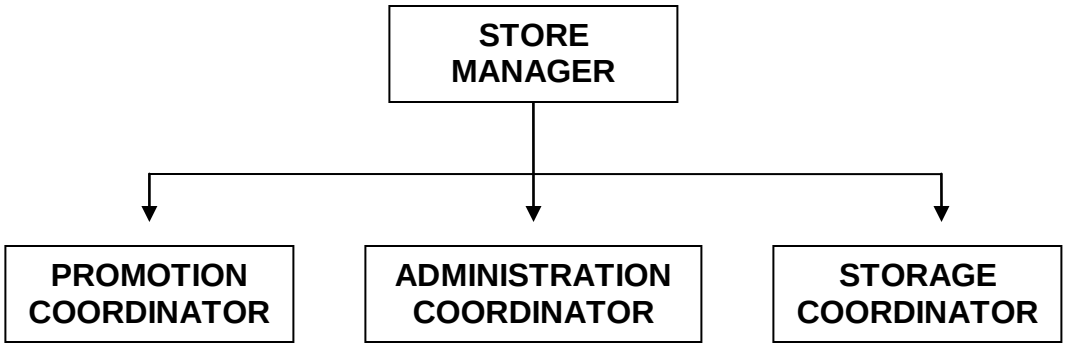
Struktur organisasi merupakan kerangka kerja yang mengambarkan hubungan kerja, wewenang dan tanggung jawab setiap tingkat yang ada dalam organissasi tersebut, untuk melaksanakan kegiatan kearah tercapainya tujuan dari organisasi yang telah ditetapkan, sehingga tercapainya kerjasama dan koordinasi usaha diantara setiap unit organisasi dalam mengambil tindakan dan mencapai tujuan.

Mempunyai struktur organisasi yang baik dan merupakan suatu yang penting bagi perusahaan, karena dengan struktur orgnisasi yang baik dan tepat dapat membantu kelancaran jalannya usaha yang baik dan teratur. Dengan organisasi yang

baik dan tepat setiap karyawan akan ditempatkan pada posisi yang sesuai dengan keahlian dari masing–masing staf dan karyawannya. Begitu juga yang dilakukan secara selektif yaitu melihat kemampuan, bakat, dan minat dari karyawannya.

Agar tercapai efisiensi dan efektivitas bagi setiap karyawan dalam bekerja, perusahaan perlu menyusun dan menetapkan bagian organisasi yang disertai uraian tugas dan tanggung jawab di lingkungan perusahaan. Hal ini dilaksanakan untuk menghindari bias atau kerancuan dan pelaksanaan tugas, wewenang dan tanggung jawab masing-masing karyawan.

Adapun Struktur organisasi *Blank Wear Clothing Co* Bandung dapat digambarkan pada gambar 2.1 yaitu sebagai berikut:



Sumber : Blank Wear Clothing Bandung, 2008.
Gambar 4.1 Struktur Organisasi *Blank Wear Clothing Co* Bandung

Berdasarkan bagan struktur orgaisasi *Blank Wear Clothing Co* Bandung pada gambar 2.1 dapat disimpulkan bahwa bentuk organisasi ini adalah lini dan staf. Organisasi lini dan staf ini pada umumnya memiliki asas kesatuan komando yang

tetap dipertahankan. Pelimpahan wewenang berlangsung secara vertikal dan sepenuhnya dari pimpinan tertinggi kepada unit di bawahnya.

Dalam membantu kelancaran kerja pimpinan, ia mendapat bantuan dari para staf. tugas dari para staf hanya untuk memberikan bantuan, saran–saran dan pelayanan kepada pimpinan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil kebijaksanaan atau keputusan. Garis wewenang tetap berada pada pimpinan, sedangkan staf hanya memiliki wewenang staf saja. Dipakai atau tidaknya saran–saran, nasehat-nasehat dari para staf, sepenuhnya tergantung pada pimpinan sendiri.

1.1.3 Deskripsi Jabatan *Blank Wear Clothing Co* Bandung

Adapun tugas dari masing-masing departemen dari struktur organisasi diatas diantaranya:

a. *Store Manager*

1. Menyusun dan menetapkan rencana kerja secara periodik dalam upaya pencapaian target
2. Menyusun strategi penjualan
3. Menerima semua laporan kegiatan operasional
4. Melakukan *briefing* kepada *coordinator supervisor*
5. Melakukan penilaiaian berkala kinerja *supervisor*

b. *Promotion Coordinator*

1. Mengawasi ketersediaan dan kelengkapan barang baik setiap hari maupun even khusus

2. Memastikan sarana dan prasarana yang ada di lapangan masih berfungsi dengan baik
3. Melakukan *survey competitor* dan melakukan analisa perbaikan
4. Membuat laporan penjualan dan omzet migguan dan bulanan

c. *Administration Coordinator*

1. Mengeluarkan surat edaran resmi dari toko
2. Mencatat absen kehadiran karyawan
3. Membuat laporan pertanggungjawaban absen kehadiran karyawan setiap bulannya

d. *Storage Coordinator*

1. Bertanggung jawab terhadap kelengkapan dan kesediaan barang
2. Melakukan perputaran produk jual yang ada di dalam toko

4.1.4 Karakteristik Responden

Untuk memperoleh gambaran umum responden berikut ini dikemukakan karakteristik responden masing-masing berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pengeluaran perbulan dan frekuensi kunjungan

Untuk memperoleh gambaran umum responden berikut ini dikemukakan karakteristik responden masing-masing berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, pengeluaran perbulan dan frekuensi kunjungan.

1. Jenis Kelamin

Mengenai jenis kelamin para pengunjung Blank Wear Clothing Co. dapat dilihat dalam table berikut ini :

Table 4.1

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	48	57.83
Perempuan	35	42.17
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini, berjenis kelamin laki-laki sebesar 57.83 % dan berjenis kelamin perempuan sebesar 42.17 %. Dengan demikian mayoritras dalam penelitian ini yaitu berjenis kelamin perempuan.

2. Usia Responden

Dari data yang penulis peroleh mengenai usia pengunjung Blank Wear Clothing Co dapat diketahui dari tabel berikut ini :

Tabel 4.2

Usia Responden

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
< 15 tahun	14	16.87
15-20 tahun	**27**	**32.53**
21-30 tahun	23	27.71

31-40 tahun	11	13.25
40 tahun	8	9.64
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat kita lihat bahwa mayoritas responden 15-20 tahun sebanyak 32.53 %, sedangkan sisanya 21-30 sebanyak 27.71 %, berusia < 15 tahun yaitu 16.87 %, usia 31-40 tahun sebanyak 13.25 %, usia > 40 tahun sebanyak 9.64 %. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas usia responden dalam penelitian ini adalah 15-20 tahun.

3. Pendidikan

Dari data yang penulis peroleh mengebai pendidikan pengunjung Blank Wear Clothing Co dapat kiketahui dari tabel berikut ini :

Tabel 4.3

Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
SD	10	12.05
SMP	20	24.09
SMA	**29**	**34.94**
Peruruan Tinggi	24	28.92
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.3 diatas dapat kita ketahui bahwa sebagian besar pengunjung dalam penelitian ini adalah berpendidikan SMA dengan jumlah presentase 34.94%

4. Pekerjaan

Dari data yang penulis peroleh mengenai pekerjaan pengunjung Blank Wear Clothing Co dapat diketahui dari table berikut ini :

Tabel 4.4

Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
Pelajar	**33**	**39.76**
Mahasiswa	25	30.12
Pegawai negri	10	12.05
Pegawai swasta	15	18.07
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Dari tabel 4.4 diatas dapat kita ketahui bahwa sebagian besar pengunjung dalam penelitian ini adalah ber profesi sebagai pelajar dengan jumlah presentase sebanyak 39.76%.

5. Pengelauaran Perbulan

Untuk mengetahui pengeluaran perbulan para responden dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.5

Pengeluaran Perbulan Responden

Besar Pengeluaran	**Frekuensi**	**Presentase (%)**
< Rp 500.000	20	24.10
Rp 1.000.000-Rp 1.500.000	**28**	**33.73**
Rp 1.500.000-Rp 2.500.000	19	22.89
Rp 3.000.000	16	19.28
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Dari table 4.5 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini pengeluaran perbulan antara Rp 1.500.000 – Rp 2.500.000 dengan jumlah presentase 33.73%.

6. Frekuensi Kunjungan

Untuk mengetahui frekuensi kunjungan para responden dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 4.6

Frekuensi Kunjungan Responden

Banyak Kunjungan	Frekuensi	Presentase (%)
1 bulan sekali	10	12.05
2-3 kali sebulan	**30**	**36.14**
4-5 kali sebulan	25	30.12
5 kali sebulan	18	21.69
Jumlah	83	100

Sumber : Data primer yang diolah

Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas yang menjadi responden dalam penelitian ini melakukan kunjungan 2-3 kali kunjungan dalam satu bulan dengan jumlah presentase 36.14%.

4.2 Pembahasan Penelitian

4.2.1 Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Blank Wear Clothing Co Bandung

Bauran Eceran (*Retailing mix*), terdiri dari sub variabel yaitu lokasi (*location*), barang dagangan (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), Susana dalam toko (*atmosper*).

1. Lokasi (*Location*)

Lokasi adalah faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran ritel (*retail marketing mix*). Pada lokasi yang tepat, sebuah gerai akan lebih sukses dibanding gerai yang lainnya yang berlokasi jurang strategis. Pemilihan lokasi yang dilakukan oleh Blank Wear Clothing Co dilihat dari akses untuk transportasi banyak jurusan angkutan yang melewati sampai depan toko, kedekatan dengan pasar sasaran. Adapun alamat Blank Wear Clothing Co JL AH Nasution Bandung.

2. Barang Dagangan (*Merchandise*)

Merchandise merupakan produk-produk yang dijual peritel dalam gerainya. Pelaksanaan merchandise pada Blank Wear Clothing Co dengan menggunakan berbagai rak-rak besi dan etalase yang tersusun secara rapih. Untuk pengelompokan barang di Blank Wear dilakukan berdasarkan jenis barang dan mereknya. Untuk keseluruhan pengelompokan barang cukup memudahkan konsumen dalam memilih barang-barang yang akan dibeli. Adapun kelompok barang di Blank Wear seperti, pakaian remaja, sepatu, sandal, topi dan asesories lainnya.

3. Harga (*Price*)

Penetapan harga merupakan faktor yang paling sulit diantara unsur-unsur dalam bauran eceran lainnya. Penetapan harga pada Blank Wear Clothing Co di bawah harga saingan, hal tersebut dilakukan untuk menarik lebih banyak langganan serta menstabilkan kedudukannya di pasaran dan untuk sebagian produk lainnya melakukan penetapan mengukuti harga saingan, hal ini dilakukan untuk mempertahankan agar langganan tidak beralih ke tempat lain.

Blank Wear melakukan penetapan harga di bawah harga saingan, hal tersebut dilakukan untuk menarik lebih banyak langganan serta menstabilkan kedudukannya di pasaran dan untuk sebagian produk lainnya melakukan penetapan mengukuti harga saingan, hal ini dilakukan untuk mempertahankan agar langganan tidak beralih ke tempat lain.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu elemen panting dalam pemasaran, promosi yang dilaksanakan oleh Blank Wear Clothing Co yaitu mulai dari pemasangan poster-poster di depan toko harga barang yang sedang promo. Sehingga konsumen tertarik untuk berbelanja. Adapun promosi yang dilakukan Blank Wear yaitu iklan menggunakan media, radio, brosur.

5. Pelayanan (*Service*)

Pelayanan yang diberikan oleh Blank Wear Clothing Co sangat beragam seperti pengantaran, penanganan keluhan konsumen, pelayanan parkir, toilet, pembungkusan, informasi lokasi barang, konsultasi dan informasi pembelian dan tempat penitipan barang. Semua pelayanan yang diberikan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

6. Suasana Dalam Toko

Desain toko merupakan strategi penting untuk menciptakan suasana yang akan membuat pelanggan merasa batah barada dalam toko. Pelaksanaan desain toko pada Blank Wear dikembangkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Bagian luar toko di cat dengan menggunakan cat warna hitam da biru karna sudah menjadi ciri khas Blank Wear dengan warna tersebut. Sedangkan bagian dalam toko terdiri dari pencahayaan lampu yang sangat terang yang memudahkan konsumen dalam memilih barang, pengaturan letak rak-rak barang sehingga memudahkan akses pembelian, serta kebersihan toko yang selalu terjaga.

1.2.2 Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Blank Wear Clothing Co Bandung

Untuk mengetahui tentang Analisis Pelaksanaan Bauran Eceran Pada Blank Wear Clothing Co, maka dapat dilihat melalui tanggapan responden terhadap bauran eceran tersebut yang mencakup :

6 (enam) variabel, yakni lokasi (*location*), barang dagangan (*merchandise*), harga (*price*), promosi (*promotion*), pelayanan (*service*), suasana toko (*atmosper*).

Setiap item pertanyaan item positif dan negative, oleh karena itu pembobotan atau pemberian skor jawaban sangat setuju adalah 5 (lima), dan untuk jawaban sangat tidak setuju adalah 1 (satu).

1. Lokasi (*location*)

Variabel lokasi itu sendiri berkaitan dengan tempat, yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuesioner. Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap ketepatan lokasi toko, dan Tabel 4.8 Tanggapan tentang kestrategisan lokasi. Berikut menyajikan tanggapan atas pernyataan kuesioner tersebut.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden terhadap

Ketepatan Lokasi

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat tepat	22	26.51
2	**Tepat**	**38**	**45.78**
3	Cukup tepat	18	21.69
4	Tidak tepat	5	6.02
5	Sangat tidak tepat	0	0
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **tepat** terhadap ketepatan lokasi pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 45.78% hal ini dikarenakan banyak angkutan umum yang melewati lokasi toko.

Tabel 4.8

Tanggapan Responden terhadap

Kestrategisan Lokasi

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat strategis	14	16.87
2	Strategis	24	28.92
3	**Cukup strategis**	**31**	**37.35**
4	Tidak strategis	12	14.46
5	Sangat tidak strategis	2	2.40
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup strategis** terhadap kestrategisan lokasi pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 37.35% hal ini dikarenakan oleh lokasi jauh dari pusat kota.

Analisis tentang tanggapan responden terhadap Lokasi Blank Wear Clothing Co dapat dilihat dari tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9

Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Blank Wear Clothing Co

Bandung

No	Indikator	Skor
1	Jarak ketepatan lokasi	326
2	Lokasi yang strategis	287
Total		613

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.10

Skor Tanggapan Respondern Terhadap Lokasi

Skor	Skor dalam (%)
613	$\frac{613}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 73.86\ \%$

Maka dihasilakn data peringkat Lokasi yang tepat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini :

Tabel 4.11

Pengkategorian Skor Jawaban

Intervak Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Berdasarkan tabel 4.11 tentang tanggapan responden terhadap pelaksanaan lokasi maka menunjukan skor 73.86 % dan berada diantara 68 % - < 84 % dengan kriteria baik. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap lokasi dinilai baik, karena responden setuju pada lokasi yang tepat dan strategis. Selain mudah di jangaku dan mudah dilalui.

2. Barang Dagangan (*Merchandise*)

Variabel merchandising itu sendiri berkaitan dengan barang dagangan yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuuesioner. tabel 4.12 tanggapan responden terhadap kelengkapan barang, dan tabel 4.13 Tanggapan responden

terhadap keragaman barang, berikut menyajikan tanggapan responden atas pernyataan kuesioner tersebut.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden terhadap

Kelengkapan Produk

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat lengkap	14	16.87
2	**Lengkap**	**30**	**36.14**
3	Cukup lengkap	23	27.71
4	Tidak lengkap	14	16.87
5	Sangat tidak lengkap	2	2.41
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.12 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **Lengkap** terhadap kelengkapan produk pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 36.14%, Hal ini dikarenakan produk yang ditawarkan oleh Blank Wear bisa di bilang lengkap dan bervariasi.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden terhadap

Keragaman produk

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat beragam	8	9.64
2	Beragam	24	28.92
3	**Cukup beragam**	**35**	**42.17**
4	Tidak beragam	13	15.66
5	Sangat tidak beragam	3	3.61

Jumlah	83	100

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup beragam** terhadap keragaman produk pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 42.17%, Hal ini dikarenakan produk yang di tawarkan oleh Blank Wear cukup beragam.

Analisa deskripsi tentang Barang Dagangan pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Terhadap Brang Dagangan

No	Indikator	Skor
1	Kelengkapan Produk	289
2	Keragaman Merek Produk	265
Total		554

Analisa deskripsi tentang Barang Dagangan pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.15

Skor Tanggapan Responden Terhadap Barang Dagangan

Skor	Skor dalam (%)
554	$\frac{554}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 66.75\ \%$

Maka dihasilkan data peringkat Barang Dagangan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.16

Pengkategorian Skor Jawaban

Intervak Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	**Cukup Baik**
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabel 4.16 tersebut, maka menunjukkan skor 66.75 %, dan berada diantara 52 % - < 68 %, dilihat pada tabel skor termasuk ke dalam kriteria cukup baik. Hal ini menunjukkan tanggapan responden mengenai barang dagangan pada Blank Wear Clothing Co adalah cukup baik. Hal ini terjadi karena Blank Wear Clothing Co cukup beragam produknya.

3. Harga (*Price*)

Variabel harga itu sendiri berkaitan dengan harga produk yang dijual yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuesioner. Tabel 4.17 Tanggapan responden terhadap bersingnya harga yang ditawarkan dengan toko lain. Tabel 4.28 Tanggapan responden terhadap kesesuaian harga dam merek produk, berikut menyajikan tanggapan responden atas pertanyaan kuesioner tersebut

Tabel 4.17

Tanggapan Responden terhadap

Bersaingnya Harga yang Ditawarkan

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	11	13.25
2	Setuju	15	18.07
3	**Cukup setuju**	**31**	**37.35**
4	Tidak setuju	21	25.31
5	Sangat tidak setuju	5	6.02
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.17 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup setuju** terhadap harga yang ditawarkan pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 37.35%, Hal ini dikarenakan oleh Diskon yang diberikan Blank Wear kurang menarik bagi konsumen.

Tabel 4.18

Tanggapan Responden terhadap

Kesesuaian Harga dan Merek

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat sesuai	19	22.89
2	**Sesuai**	**30**	**36.14**
3	Cukup sesuai	15	18.08
4	Tidak sesuai	12	14.46
5	Sangat tidak sesuai	7	8.43
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.18 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **sesuai** terhadap kesesuaian harga dan merek pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 36.14%, Hal ini dikarenakan merek Blank Wear sudah banyak dikenal oleh masyarakat.

Analisa deskripsi tentang harga pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat pada tabel 4.19 berikut :

Tabel 4.19

Tanggapan Responden terhadap Harga toko

Blank Wear

No	Indikator	Skor
1	Bersaingnya harga yang ditawarkan	255
2	Kesesuaian harga dengan merek produk	290
Total		545

Analisa deskripsi tentang harga pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.20

Skor Tanggapan Responden terhadap Penetapan Harga

Skor	Skor dalam (%)
545	$\frac{545}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 65.66\ \%$

Maka dihasilkan data peringkat Harga yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.21

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	**Cukup Baik**
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabel 4.21 tersebut, maka menunjukkan skor yang diperoleh sebesar 65.66 % dan berada diantara 52 % - < 68 % dilihat pada skor tabel yang termasuk kedalam kriteria Cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pelaksanaan harga yang ditawarkan cukup baik, karena kesesuaian harga dan merek yang dirasakan oleh responden sesuai, akan tetapi tidak setuju mengenai bersaingnya harga yang ditawarkan oleh Blank Wear Clothing Co.

4. Promosi (*Promotion*)

Variabel promosi itu sendiri berjaitan dengan harga, yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuesioner. Tabel 4.22 Tanggapan responden terhadap menariknya promosi, dan tabel 4.23 Tanggapan responden terhadap pengaruh promosi terhadap keinginan pembeli, berikut menyajikan tanggapan responden atas pertanyaan kuesioner tersebut.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden terhadap
Menariknya Promosi

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat setuju	11	13.25
2	Stuju	26	31.33
3	**Cukup setuju**	**30**	**36.14**
4	Tidak setuju	9	10.85
5	Sangat tidak setuju	7	8.43
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup setuju** terhadap kemenarikan promosi pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 36.14%, Hal ini dikrenakan promosi yang dilakukan oleh Blank Wear kebanyakan lewat Sponsorship dan belum mencoba promosi yang lain.

Tabel 4.23

Tanggapan Responden terhadap

Pengaruh Promosi Bagi Pembelian

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat baik	12	14.46
2	**Baik**	**30**	**36.14**
3	Cukup baik	19	22.89
4	Tidak baik	17	20.49
5	Sangat tidak baik	5	6.02
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **baik** terhadap pengaruh promosi bagi pembelian pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 36.14%, Hal ini dikarenakan promosi yang dilakukan oleh Blank Wear sudah baik untuk menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Analisa deskripsi tentang promosi pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat pada tabel 4.24 berikut

Tabel 4.24

Tanggapan Responden terhadap Promosi toko

Blank Wear

No	Indikator	Skor
1	Menariknya promosi	274
2	Pengaruh promosi bagi penjualan	275
Total		549

Analisa deskripsi tentang promosi pada Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.25

Skor Tanggapan Responden terhadap Promosi

Skor	Skor dalam (%)
549	$\frac{549}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 66.14\ \%$

Maka dihasilakan data peringkat promosi yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.26

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	**Cukup Baik**
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabel 4.26 tersebut, maka menunjukkan bahwa promosi Blank Wear Clothing Co dilihat pada skor tabel yang termasuk ke dalam kriteria Cukup Baik dimana skor yang diperoleh sebesar 66.14 % seperti dilihat pada tabel 4.26 berada diantara 52 % - < 68 %. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap pelaksanaan menariknya promosi Blank Wear baik, karena responden menyatakan cukup setuju promosi menarik menimbulkan keinginan untuk membeli.

5. Pelayanan (*Service*)

Variabel pelayanan itu sendiri berkaitan dengan tempat, yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuesioner. Tabel 4.27 tanggapan responden terhadap pelayanan yang baik, dan tabel 4.28 tanggapan responden terhadap pengaruh pelayanan untuk membeli, berikut menyajikan tanggapan responden atas pertanyaan kuesioner tersebut.

Tabel 4.27

Tanggapan Responden terhadap

Pelayanan yang diberikan

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Ramah	20	24.10
2	**Ramah**	**36**	**43.37**
3	Cukup Ramah	19	22.89
4	Tidak Ramah	5	6.03
5	Sangat tidak Ramah	3	3.61
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.27 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **ramah** terhadap pelayanan pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 43.37%, Hal ini dikarenakan pegawai Blank Wear melayani penginjung dengan ramah dan sopan.

Tabel 4.28

Tanggapan Responden terhadap

Pengaruh Pelayanan bagi pembelian

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat Baik	14	16.87
2	**Baik**	**30**	**36.14**
3	Cukup Baik	19	22.89
4	Tidak Baik	11	13.26
5	Sangat tidak Baik	9	10.84
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.28 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **baik** terhadap pengaruh pelayanan bagi pembelian pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 36.14%, Hal ini dikarenakan pelayanan yang baik akan memberikan respon yang baik terhadap konsumen.

Analisis deskripsi tentang Pelayanan Blank Wear Clothing Co dapat dilihat pada tabel 4.29 berikut :

Tabel 4.29

Tanggapan Responden terhadap Pelayanan toko

Blank Wear

No	Indikator	Skor

1	Pelayanan yang baik	314
2	Pelayanan terhadap pembelian	278
Total		592

Analisis deskripsi tentang Pelayanan Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.30

Skor Tanggapan Responden terhadap Pelayanan

Skor	Skor dalam (%)
592	$\frac{592}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 71.33\ \%$

Maka dihasilakn data peringkat Pelayanan yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.31

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabel 4.31 tersebut, maka menunjukkn bahwa pelayanan Blank Wear Clothing Co dilihat pada skor tabel yang termasuk ke dalam criteria baik dimana skor yang diperoleh 71.33 % seperti dilihat pada tabel 4.31 berada diantara 68 % - < 84 %. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap pelaksanaan mengenai pelayanan dinilai baik. Karena setuju pelayanannya baik dan berpengaruh pelayanan bagi pembelian pada Blank Wear Clothing Co memberikan kepuasan kepada konsumen yang datang.

6. Suasana Dalam Toko (*Atmosfer*)

Variabel suasana dalam toko atau atmosfer berkaitan dengan data ruang toko, yang dirumuskan dalam 2 (dua) item pertanyaan kuesioner. Tabel 4.32 tanggapan responden terhadap kenyamanan dalam toko, dan tabel 4.33 tanggapan responden terhadap kemenarikan suasana toko, berikut menyajikan tanggapan responden atas pertanyaan kuesioner berikut ini :

Tabel 4.32

Tanggapan Responden terhadap

Kenyamanan Suasana Dalam Toko

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)

1	Sangat nyaman	12	14.46
2	Nyaman	19	22.89
3	**Cukup nyaman**	**38**	**45.78**
4	Tidak nyaman	8	9.64
5	Sangat tidak nyaman	6	7.23
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.32 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup nyaman** kenyamanan suasana dalam toko pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 45.78%, Hal ini dikarenakan kenyamanan di dalam toko Blank Wear sudah cukup membuat nyaman pengunjung yang datang.

Tabel 4.33

Tanggapan Responden terhadap

Kemenarikan Suasana Dalam Toko

No	Kategori Penilaian	Frekuensi	Persentase (%)
1	Sangat menarik	13	15.66
2	Menarik	24	28.92
3	**Cukup menarik**	**29**	**34.94**
4	Tidak menarik	10	12.05
5	Sangat tidak menarik	7	8.43
Jumlah		83	100

Berdasarkan tabel 4.33 dapat dilihat sebagian responden yang menjawab **cukup menarik** terhadap kemenarikan suasana dalam toko pada Blank Wear Clothing Co adalah sebanyak 34.94%, Hal ini dikarenakan kemenarikan di dalam toko sudah cukup membuat nyaman konsumen.

Analisa dekripsi mengenai suasana dalam Blank Wear Clothing Co dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.34

Tanggapan Responden terhadap Suasana Dalam toko

Blank Wear

No	Indikator	Skor
1	Kenyamanan dalam toko	271
2	Kemenarikan suasana toko	274
Total		545

Analisis deskripsi tentang Suasana dalam Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.35

Skor Tanggapan Responden terhadap Suasana DalamToko

Skor	Skor dalam (%)
545	$\frac{545}{5\times2\times83} \times 100\ \% = 65.66\ \%$

Tabel 4.36

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	**Cukup Baik**
68 % - < 84 %	Baik
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabel 4.36 tersebut, maka menunjukkan bahwa kenyamanan suasana dalam Blank Wear Clothing Co dilihat pada skor tabel yang termasuk kedalam criteria cukup baik dimana skor yang diperoleh 65.66 %. Hal ini menunjukkan tanggapan responden terhadap kenyamanan suasana dalam toko di nilai cukup baik, karena responden cukup setuju suasana dalam toko menarik dan nyaman pada saat konsumen sedang berbelanja.

Analisa deskripsi tentang Bauran Eceran Blank Wear Clothing Co dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.37

Analisis Bauran Eceran Pada Blank Wear

No	Indikator	Skor	Persentase (%)
1	Lokasi	613	73.86 %
2	Barang Dagangan	554	66.75 %
3	Harga	545	65.66 %
4	Promosi	549	66.14 %
5	Pelayanan	592	71.33 %
6	Susana dalam Toko	545	65.66 %
Total		**3.398**	

Tabel 4.38

Skor Tanggapan Responden terhadap Bauran Eceran

Skor	Skor dalam (%)
3398	$\frac{3398}{5\times12\times83} \times 100\ \% = 68.23\ \%$

Maka dihasilkan data peringkat Bauran Eceran secara keseluruhan sebesar 68.23 %. Maka dihasilkan data peringkat Bauran Eceran yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.39

Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensistas	Kriteria
20 % - < 36 %	Sangat Tidak Baik
36 % - < 52 %	Tidak Baik
52 % - < 68 %	Cukup Baik
68 % - < 84 %	**Baik**
84 % - < 100 %	Sangat Baik

Dilihat dari tabe 4.39 tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa Bauran Eceran pada Blank Wear Clothing Co pada kategori baik dimana nilai total tanggapan respondennya berjumlah 3398 atau sebesar 68.23 % yaitu berada diantara 68 % - < 84 %.

Hasil tersebut menunjukan pelaksanaan bauran eceran yang dilakukan Blank Wear baik diterima oleh responden karena, Blank Wear dalam memberikan lokasi, barang dagangan, harga, promosi, pelayanan, suasana dalam toko dinilai baik. Sehingga Blank Wear perlu mempertahankan apa yang telah dinilai positif oleh responden serta mengingatkan kembali pelaksanaan yang dinilai baik, sehingga dapat dijadikan motivasi agar lebih baik lagi.