BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Yogya Sunda Departement Store

Yogya Sunda Departement Store adalah salah satu toserba terbesar di Bandung yang bergerak dalam bidang jasa yaitu menyediakan semua kebutuhan konsumen.

4.1.1 Sejarah Singkat Yogya Sunda Departement Store

Sejarah Yogya Sunda Departement Store dimulai dengan mendirikan "toko pertama" yang berlokasi di Jl. Sunda, Bandung. Yogya. didirikan pada tahun 1982 yang menunjukan tahap dasar pembangunan Yogya Sunda Departement Store. Bagaimanapun perusahaan ini telah dipelopori sejak tahun 1948. Yogya Sunda Departement Store. Pada mulanya merupakan sebuah toko batik yang kecil di Jl. Sunda, Bandung.

Sejak Yogya Sunda Departement Store. dibangun dengan komitmen kerja keras dari para tenaga kerjanya, faktor utama eksistensi Yogya Sunda Departement Store. tidak lain adalah para tenaga kerjanya. Salah satu tujuan dari Yogya Sunda Departement Store. adalah aktualisasi diri dan kesejahteraan sosial dari para tenaga kerjanya.

4.1.2 Struktur Organisasi Yogya Sunda Departement Store

Pembagian wewenang dan tanggung jawab dalam perusahaan digambarkan dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi berfungsi untuk memberikan kemudahan bagi pimpinan maupun bawahannya. Untuk mengetahui tugas dan tanggung jawab, serta dapat memberikan gambaran hubungan antara atasan dan bawahan begitu juga sebaliknya.

Dengan demikina setiap orang dalam perusahaan dapat bekerja dengn baik sesuai dengan tujuan perusahaan yang akan dicapai secara keseluruhan.

Tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian diuraikan sebagai berikut :

1 **Store Manager**

- Menyusun rencana kerja perusahaan cabang yang dipimpinnya.
- Bekerja sama dengan divisi-divisi yang dibawahnya, menyusun anggaran keuangan perusahaan cabang.
- Mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan rencana kerja serta anggaran keuangan yang telah ditetapkan.
- Menciptakan dan membina kerja yang harmonis antara karyawan-karyawan yang dipimpinnya.
- Secara periodik membuat laporan pertanggung jawaban cabang bekerja sama dengan divisi akuntansi untuk diserahkan kepada kantor pusat.

2 **Chief Operation**

- Mengkoordinasi, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan para bawahanya khususnya dalam melaksanakan ketentuan-ketentuan pokok bidang penjualan.

- Mengadakan penelitian atas perkembangan harga penjualan suatu jenis barang serta memantau mode yang sedang disukai masyarakat.
- Mengatur pemasangan iklan dan jenis promosi lainnya sebagai upaya meningkatkan penjualan.
- Mengusahakan kelancaran dan kontinyuitas penjualan dalam kaitannya dengan persediaan barang-barang di toko dan digudang.
- Mengadakan kerjasama dengan divisi operasi dar cabang perusahaan lain terutama dalam menetapkan harga penjualan atas suatu jenis barang tertentu.

Chief Operation ini membawahi :

1 Deptartement Supervisor

- Memonitor. harga jual barang-barang yang display secara terus menerus supaya dapat bersaing dengan toko lain.
- Setiap hari mengawasi aktivitas daripada para pramusaji dan pembungkusan dalam menjalankan tugasnya.
- Menjaga terpeliharanya suasana kerja yang tertib, teratur dan lancar di lapangan pekerjaan.
- Berhak untuk menegur, memperingatkan dan memberikan saran yang bersifat koreksi kepada para bawahan bilamana dipandang perlu.

2 Kepala Gudang

- Memeriksa dan menghitung barang-barang yang diterima dari supplier serta membuat "bukti penerimaan barang"
- Menerima, menyimpan dan mengeluarkan barang-barang dari gudang dengan didukung oleh dokumen-dokumen yang sah

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

- Memasang label harga dan nomor kode atas barang-barang yang diterima dari supplier
- Mengatur penyimpanan barang-barang digudang secara sistematis sehingga memudahkan untuk menghitung, mengevaluasi dan mencari barang-barang yang ada.

3 Pelaksanaan Gudang

- Membantu divisi pembelian mempersiapkan rencana pembelian dengan memeriksa barang-barang yang sudah menunjukkan persediaan minimum.
- Secara periodik mengadakan perhitungan atas persediaan fisik seluruh barang yang ada digudang.

4 Pramuniaga

- Setiap saat melakukan pengecekan terhadap barang-barang yang berada di counternya.
- Menjaga terpeliharanya suasana kerja yang tertib, teratur dan lancar
- Melaporkan dengan segera kejadian-kejadian dicounternya kepada atasan
- Membuat bon permintaan dan mengevaluasi barang dengan persetujuan atasan.
- Melayani pembeli dengan baik, ramah dan sopan.

3 Chief Accounting

- Mengatur pembagian tugas dengan para bawahnya, mengkoordinasi dan mengevaluasi pelaksanaanya dibidang keuangan

- Menjamin setiap penerimaan, pengeluaran, pengawasan keuangan secara fisik serta pencatatan sesuai dengan ketentuan yang telah digariskan dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Mengatur masalah-masalah yang berhubungan dengan perbankan, perpajakan serta penagihan kepada pihak ketiga.
- Menyiapkan data keuangan guna kepentingan penyusunan anggaran perusahaan.
- Melakukan pengawasan terhadap anggaran yang telah ditetapkan, mengevaluasi, mengidentifikasi dan melaporkan setiap penyimpangannya kepada atasan langsung.

4 Staff Keuangan

- Menyiapkan data keuangan guna kepentingan penyusunan anggaran perusahaan
- Melakukan pengawasan terhadap anggaran yang telah ditetapkan, mengevaluasi, mengidentifikasikan dan melaporkan setiap penyimpangan kepada atasan langsung

5 Administrasi

- Bertanggung jawab terhadap aktivitas yang berhubungan dengan perusahaan, mengatur dan mengawasi pembukuan serta surat menyurat perusahaan.

6 Chief Personel dan General Affair

Chief Personel :

- Menyusun rencana kebijaksanaan yang menyangkut masalah umum dan personalia dan mengajukan rencana tesebut kepada General Manager untuk disetujui.
- Mengadakan perbaikan kebijaksanaan dalam bidang personalia dan umum.
- Menyusun anggaran divisinya dan menyerahkan kepada General Manager untuk disetujui.
- Melakukan tugas lain yang diberikan oleh Gencral Manager.

Chief General Affair :

- Mengusulkan dan melaksanakan rncana dan program yang menyangkut pengadaan, pemeliharaan gedung, kantor, toko, kendaraan perusahaan serta peralatan dan perlengkapan kantor/toko lainnya.
- Mengawasi pelaksanaan, pemeliharaan gedung toko, kendaraan serta peralatan dan perlengkapan kantor lainnya.
- Melaksanakan, pencatatan yang menyangkut kegiatan bagian umum dan menyerahkan laporan yang diperlukan kepada Personnel dan General Affair Manager
- Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Personnel dan General Affair Manager

7 Personnel dan General Affair ini membawahi :

1 Teknisi

- Membuat perencanaan secara rutin untuk membersihkan dan memeriksa semua peralatan-peralatan yang dipergunakan agar semua peralatan dapat berjalan dengan lancar

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIS

- Memimpin dan memperbaiki peralatan yang merusak dan dengan menganti semua komponen-komponen yang rusak

2 Keamanan

- Mengatur jadwal dan pembagian tugas para staff keamanan yang ada.
- Mengkoordinir dalam menjaga keamaan dan keselamatan karyawan, pimpinan perusahan beserta keluarganya dari gangguan dan ancaman.
- Mengkoordinir dalam menjaga dan memelihara keamanan harta perusahaan dalam gangguan, baik dari luar maupun dari dalam.

8 Chief Customer Service

- Memberikan pelayanan seoptimal mungkin, tanpa merugikan perusahaan.
- Cepat dan tanggap di dalam penagganan pelayanan konsumen.

9 Customer Service

- Melakukan komunikasi dengan divisi lain pengambilan keputusan yang menyangkut *complain* pembelian dan selanjutnya diambil keputusn atas dasar musyawarah.
- Wajib mengantisipasi kegiatan operasional disat toko mengalami kejadian yang tidak diinginkan.
- Wajib mengetahui semua kegiatan promosi dan umum di toko sendiri khususnya dan cabang lain pada umumnya.

10 Kasir

- Memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pembeli.
- Memeriksa kebenaran penulisan bon penjualan kontan sebelum dicap "lunas".

- Menerima dan menyimpan uang hasil penjualan dan *cash register* serta setiap akhir shif menyerahkannya kepada kepala kasir disertai dengan *master strook.*
- Bertanggung jawab kepada kepala kasir atas uang hasil penjualan yang ada di *cash register.*

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis akan diuraikan dengan jelas pada bagian ini. Penulis akan menguraikan bagaimana pelaksanaan kemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store dan Tujuan dari kemasan yang telah dikeluarkan oleh Yogya Sunda Departement Store, unsur-unsur yang harus dipertimbangkan dalam kemasan dan jenis kemasan yang oleh Yogya Sunda Departement Store.

4.2.1 Pelaksanaan Kemasan Yang Dilakukan Oleh Yogya Sunda Departement Store

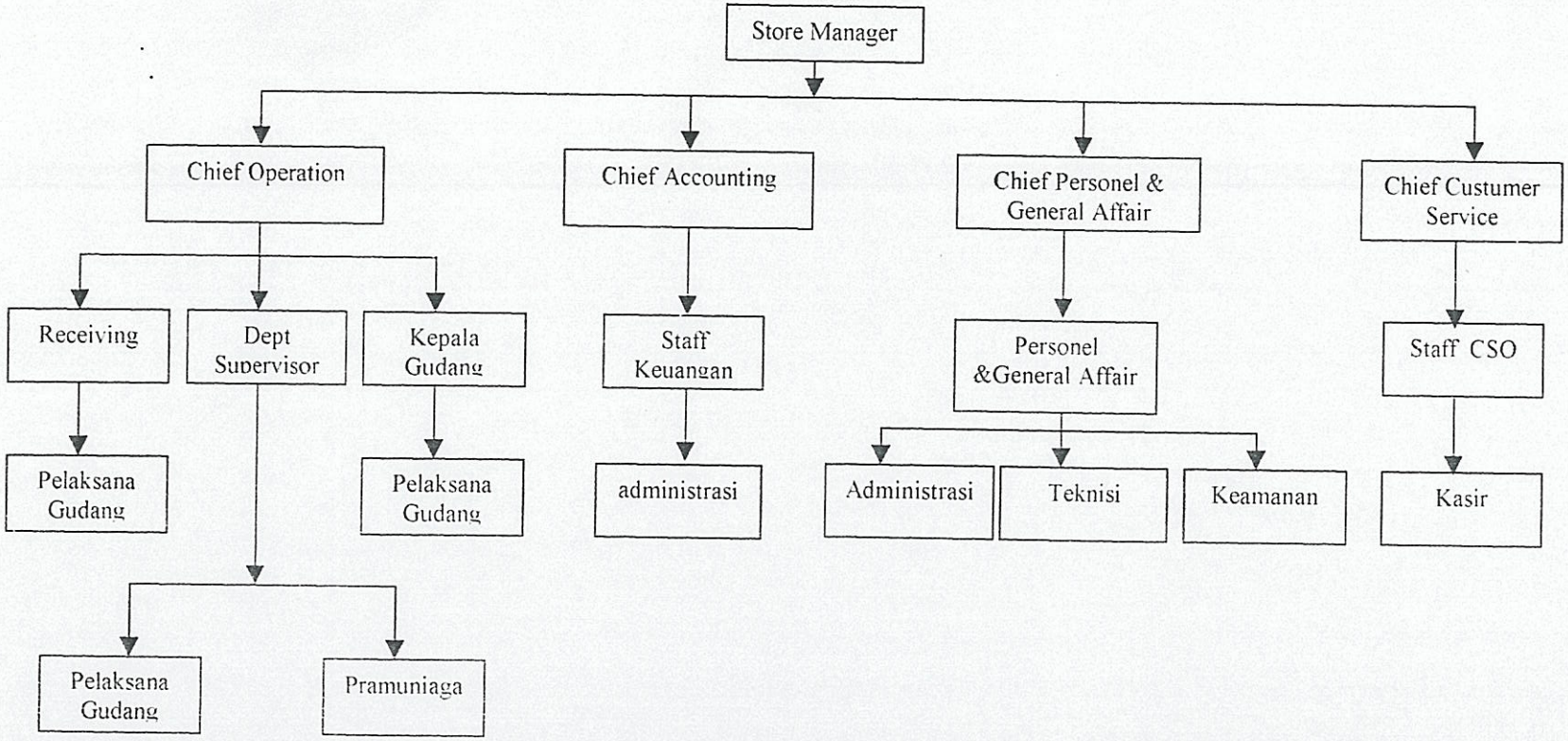
Pada bagian pelaksanaan kemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store akan dijelaskan bagaimana mekanisme pelaksanaan kemasan dan bagaimana perencanaan kemasan yang diakukan Yogya Sunda Departement Store.

4.2.1.1 Mekanisme Pelaksanaan Kemasan

Didalam melaksanakan pengemasan di Yogya Sunda Departement Store. dapat dibagi menjadi lima tahap yaitu :

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



- Plastik disablon terlebih dahulu

  Tahap ini merupakan tahap pertama dari pelaksanaan mekanisme kemsan. Plastik yang masih polos disablon sebelum menuju keproses selanjunya, hal ini berguna untuk menentukan bentuk dan ukuran kemasan.

- Penempelan label

  Setelah plastik selesai disablon maka label akan ditempelkan pada plastik , ini berguna untuk memberikan kualitas kepada produk tersebut.

- Pengisian makanan

  Setelah label ditempelkan pada plastik yang sudah disablon, maka sekarang masuk kedalam kemasan.

- Pengepresan

  Tahap pengepresan ini merupakan tahap penutupan kemasan setelah makanan dimasukan kedalam kemasan

  plastik tersebut dikumpulkan dalam satu tempat yang besar, hal tersebut dimaksudkan untuk memudahkan dalam melakukan pengepakan menurut masing-masing makanan.

Menurut pendapat penulis, bahwa mekanisme pelaksanaan kemasan di Yogya Sunda Departement Store sudah baik dan teratur.

4.2.1.2 Perencanaan Kemasan

Agar produk yang dipasarkan Yogya Sunda Departement Store dapat perhatian dari para konsumen maka perusahaan tersebut harus membuat kemasan yang tepat dan juga menarik, supaya kemasan yang dihasilkan baik, menarik dan

sesuai dengan selera konsumen maka perusahaan terlebih dahulu harus melakukan perencanaankemasan.

Perencanaan kemasan ada dua yaitu :

1 Merencanakan kemasan

Suatu perusahaan bisa mengerti serta memperhatikan selera dari komsumen dalam merencanakan kemasannya, warna kemasannya. Perencanaan dari kemasan tersebut disesuaikan dengan selera konsumen yang ada di Indonesia, dan pada Yogya Sunda Departement Store perencanaan kemasan dilakukan secara berkala yaitu dengan jangka waktu tentu, lalu setelah kemasan tersebut selesai dibuat, kemudian dievaluasi apakah kemasn tersebut sesuai dengan selera dan keinginan dari konsumen atau tidak.

Yogya Sunda Departement Store dalam merencanakan kemasan harus memenuhi kriteria sebagai berikut :

- Kemasan yang enak dipandang
- Kemasan tersebut dapat menjaga kualitas barang
- Kemasan tidak mudah rusak dan bocor
- Warna kemasan yang dipilih harus sesuai dengan produk tersebut

2 Merencanakan Jumlah Kemasan.

Dengan sudah tersedianya kemasan pada waktu yang dibutuhkan amat mendukung kelancaran pelaksanaan pengemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store, sehingga proses pengemasan tidak terhenti karena kehabisan bahan kemasan.

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

Perencanaan kemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store penulis pandang baik karena sebelum produk dipasarkan terlebih dulu memeriksa kemasannya untuk mengetahui apakah sesuai dengan selera konsumen. Hal ini sangat penting karena fungsi kemasan bukan hanya untuk melindungi barang saja tetapi juga punya nilai promosi yang dapat menarik minat konsumen.

4.2.1.3 Tujuan Kemasan Pada Yogya Sunda Departement Store

Kemasan merupakan strategi pemasaran yang digunakan oleh Yogya Sunda Departement Store dalam usaha menarik perhatian konsumen agar mau memutuskan pembelian pada supermaket tersebut. Suatu perusahaan mempunyai tujuan dalam melaksanakan kemasan untuk produknya, yaitu :

1 Sebagai wadah atau tempat dari produk makanan, dan juga berfungsi untuk melindungi produk tersebut dari kerusakan selama dalam perjalanan dari produsen ke konsumen.

2 Kemasan juga dapat dikatakan sebagai salesman yang tidak nyata, karena disini para konsumen tidak dilayani oleh pramuniaga tetapi para konsumen cukup dengan mengetahui langsung memilih barang yang diinginkannya yaitu dengan cara membaca langsung petunjuk yang sudah tercantum pada kemasan.

Jadi menurut penulis tujuan pelaksanan yang dilakukan Toserba X sudah baik, karena selain melakukannya dengan tujuan yaitu melindungi produk. Yogya Sunda Departement Store juga mempertimbangkan tujuan lain sebagai alat promosi produknya.

4.2.1.4 Unsur-Unsur Yang Dipertimbangkan Dalam Kemasan

Didalam merencanakan kemasannya Yogya Sunda Departement Store selalu mempertimbangkan apa yang menjadi keinginan dan selera konsumen, seperti : warna, desain kemasan, karena jika konsumen tertarik pada kemasan tersebut maka konsumen tidak segan-segan untuk membelinya, dan faktor-faktor yang terdapat pada kemasan Yogya Sunda Departement Store adalah sebagai berikut :

- Warna — Meskipun warna kemasan dari Yogya Sunda Departement Store tidak mencolok tapi konsumen kurang begitu menyukainya, ini dibuktikan dengan pernyataan konsumen.
- Teks — Teks yang terdapat pada kemasan Yogya Sunda Departement Store mengidentifikasikan tentang produk dan memberikan bagi produk yang membedakan dengan kemasan supermaket lain.
- Ukuran — Ukuran kemasan Yogya Sunda Departement Store sudah sesuai dengan selera konsumen ini dibuktikan dengan jawaban responden, dimana ukuran kemasan Yogya Sunda Departement Store bermacam-macam.
- Bentuk — Bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store terdiri dari kemasan plastik, dimana bentuk kemasan plastik tersebut mempunyai persamaan dengan kemasan plastik dari supermaket lain.

Menurut pendapat penulis Yogya Sunda Departement Store telah mempertimbangkan dengan baik berbagai unsur kemasan misalnya : ukuran, teks,

dan warna dari kemasan. Hal ini dianggap penting untuk memenuhi keinginan konsumen, teks yang jelas amat mendukung konsumen agar dapat memperoleh informasi yang penting tentang produk. Ukuran yang bervariasi juga hal yang penting karena mungkin ada konsumen yang ingin membeli dalam jumlah yang kecil.

4.2.1.5 Jenis Kemasan Yang Dikeluarkan Yogya Sunda Departement Store

Kemasan Yogya Sunda Departement Store terdiri dari kemasan plastik misalnya: tissu, kapas, bumbu dapur, makanan.

4.2.2 Profil Responden

Didalam melakukan penelitian ini, dikumpulkan data primer untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kemasan Yogya Sunda Departement store didalam hubungannya dengan keputusan untuk membeli.

Populasi sasaran dari penelitian ini adalah konsumen Yogya Sunda Departement Store yang sedang berbelanja. Dalam hal ini kuesioner yang akan disebar sebanyak 100 lembar. Profil responden yang akan dijawab adalah Jenis kelamin responden, pekerjaan responden, total pendapatan responden dan jumlah kunjungan responden ke Yogya Sunda Departement store.

Tabel 4.1

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi
Pria	40
Wanita	60
Total	100

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam hal ini pengunjung Yogya Sunda Departement Store adalah wanita dengan persentase 60 % dan pria 40%.

Tabel 4.2

Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Frekuensi
Pengusaha	18
Pelajar/mahasiswa	20
Karyawan BUMN/BUMD	32
Pegawai negeri	9
Karyawan swasta	21
Total	100

Dari jawaban diatas ternyata pekerjaan responden di Yogya Sunda Departement Store adalah paling banyak adalah karyawan BUMN/BUMD dengan presentase sebesar 32%, selanjutnya presentase terbesar sebesar 21% karyawan swasta, responden 20% pelajar/mahasiswa ,berikutnya adalah responden sebesar 18 % pengusaha, dan dan responden dengan pekerjaan pegawai negeri sebesar 9%

Tabel 4.3

Total Pendapatan Responden

Pendapatan Responden	Frekuansi
Kurang dari Rp. 400.000,00	5
Rp. 400.000,00- Rp. 800.000,00	17
Rp. 801.000,00 - Rp. 1.200.000,00	22
Rp.1.200.000,00-Rp. 1.500.000,00	23
Lebih dari Rp. 1.500.000,00	33
Total	100

Berdasarkan pada jawaban responden diatas ternyata responden yang paling banyak melakukan pembelian adalah responden yang berpendapatan lebih dari Rp.1.500.000,00 dengan presentase 33%,dan yang berpendapatan Rp.1.200.000,00-Rp.Rp.1.500.000,00 sebesar 23%, selanjutnya presentase pendapatan sebesar Rp.801.000,00 – Rp.1.200.000,00 sebesar 22%, berikutnya adalah pendapatan Rp.400.000,00- Rp. Rp.800.000,00 sebesar 17% dan presentase pendapatan kurang dari Rp. 400.000,00 sebesar 5%.

Tabel 4.4

Jumlah Kunjungan ke Yogya Sunda Departement Store

Jumlah Kunjungan	Frekuensi
Baru pertama kali	0
2-4 kali	10
5-7 kali	27
Lebih dari 7 kali	63
Total	100

Dari jawaban diatas kunjungan responden ke Yogya Sunda Departement Store adalah paling banyak berkunjung lebih dari 7 kali ada 63%, yang berkunjung 5-7 kali 27%, dan yang berkunjung 2-4 kali 10%.

4.2.2.1 Analisa Tanggapan Responden

Penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden yang berbelanja di Yogya Sunda Departement Store, dan kuesioner tersebut terbagi atas dua pertanyaan yaitu pertanyaan bagian I yang terdiri dari 10 pertanyaan

mengenai kemasan dan pertanyaan bagian II terdiri dari 10 pertanyaan, pertanyaan mengenai keputusan membeli.

Untuk bisa menganalisa jawaban dari konsumen tentang pembuatan kemasan dan juga untuk mengetahui persepsi pembeli terhadap kemasan, maka dari itu penulis akan menganalisa data berdasarkan dari daftar pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner dengan menggunakan distribusi frekuensi sederhana.

- **Bagian I**

Tabel 4.5

Tanggapan responden mengenai kemasan produk Yogya Sunda Departement Store lebih baik dari toserba lain.

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	18	18%
S	45	45%
RR	29	29%
TS	8	8%
STS	-	0%
Total	100	100%

Dilihat dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa 63% (SS dan S) responden menyatakan kesetujuannya bahwa kemasan Yogya Sunda Departement Store memiliki daya tarik dari supermaket lain, ini dikarenakan plastik yang digunakan sebagai kemasan lebih tebal jika dibandingkan dengan plastik dari supermaket yang lain, sedangkan yang menyatakan ketidaksetujuan sebesar 8% (TS) mungkin dikarenakan oleh responden tersebut lebih menyukai kemasan dari supermaket lain yang mempunyai plastik kemasan yang mereka anggap lebih baik, dan yang lain menjawab ragu-ragu sebesar 29% (RR)

Tabel 4.6

Tanggapan responden mengenai kemasan produk Yogya Sunda Departement Store sudah baik

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	27	27%
S	47	47%
RR	18	18%
TS	8	8%
STS	-	0%
Total	100	100%

Pada tabel 4.6 terlihat tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan adalah sebesar 74%(SS dan S) dimana kemasan tersebut memang dipandang konsumen sudah baik, dilihat dari bahan baku kemasan plastiknya bening sehingga isinya dapat terlihat jelas dari luar, sedangkan yang menyatakan ketidaksetujuan sebesar 8% (TS) dan ini disebabkan karena para responden tersebut lebih menyukai kemasan dari supermaket yang lain dan sisanya menjawab ragu-ragu sebesar 18% (RR)

Tabel 4.7

Tanggapan responden mengenai warna dari kemasan Yogya Sunda Departement Store tersebut sudah menarik

Keterangan Penilaian	Freku.ensi	Presentase
SS	8	8%
S	10	10%
RR	53	53%
TS	21	21%
STS	8	8%
Total	100	100%

Pada tabel 4.7 terlihat tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan atas warna dari kemasan Yogya Sunda Departement Store sebesar 18% (SS dan S), ada juga jawaban responden yang menyatakan ketidaksetujuan yaitu sebesar 29% (TS dan STS) ini disebabkan oleh selera para responden yang lebih senang dengan warna dari kemasan dari supermaket lain. Dan yang menyatakan ragu-ragu sebesar 53% (RR) dilihat dari jumlah presentase yang menjawab ragu-ragu memiliki angka yang cukup besar ini dikarenakan warna dari kemasan yang dimiliki Yogya Sunda Departement Store memiliki kesamaan dengan kemasan toserba lain atau produk lain.

Tabel 4.8

Tanggapan responden mengenai teks pada kemasan Yogya Sunda Departement Store tersebut sudah jelas dan sistematis

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	40	40%
S	38	38%
RR	14	12%
TS	8	8%
STS	0	0%
Total	100	100%

Pada peryataan ditas ternyata ada jawaban responden sebesar 78% (SS dan S) yang menyatakan kesetujuan ini berarti bahwa teks dari kemasan tersebut sudah jelas dan sistematis dikarenakan ukuran dari teks yang terdapat di kemasan dapat terbaca dengan jelas dan letaknya cukup teratur, sedangkan ada jawaban yang menyatakan ketidaksetujuan sebesar 8% (TS) mungkin dikarenakan

responden lebih merasa jelas dengan teks kemasan supermaket lain, dan jawaban yang lain menyatakan ragu-ragu sebesar 14% (RR).

Tabel 4.9

Tanggapan responden mengenai teks pada Yogya Sunda Departement Store tersebut memberikan informasi tentang kandungan produk

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	36	36%
S	35	35%
RR	24	24%
TS	5	5%
STS	0	0%
Total	100	100%

Pada tabel 4.9 terlihat tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan atas teks dari kemasan yang memberikan informasi tentang kandungan produk sebesar 71% (SS dan S), dikarenakan pada kemasan tertera informasi apa saja terntang kandunga produk, ada juga jawaban responden yang menyatakan ketidaksetujuan yaitu sebesar 5% (TS) karena teks dari kemasan tidak memberikan informasi tentang kandungan produk. Dan yang menyataka ragu-ragu sebesar 24% (RR)

Tabel 4.10

Tanggapan responden mengenai ukuran kemasan Yogya Sunda Departement Store sudah sesuai dengan keinginan

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	30	30%
S	27	27%
RR	22	22%

TS	21	21%
STS	0	0%
Total	100	100%

Tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan ada sebesar 57% (SS dan S) ini berarti bahwa ukuran kemasan tersebut sudah sesuai dengan keinginan konsumen, dimana kemasannya terdiri dari kemasan dengan ukuran yang kecil dan kemasan dengan ukuran yang besar yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Ada jawaban responden yang menyatakan ketidaksetujuan, adalah sebesar 21% (TS) ini mungkin dikarenakan bahwa ukuran kemasan tersebut kurang sesuai dengan keinginan mereka.dan yang menjawab ragu-ragu sebesar 22% (RR)

Tabel 4.11

Tanggapan responden mengenai bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store tersebut menarik

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	18	18%
S	29	29%
RR	27	27%
TS	14	14%
STS	12	12%
Total	100	100%

Dari jawaban responden diatas, maka dapat dilihat bahwa ada 47% (SS dan S) tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan bahwa bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store tersebut menarik karena kemasannya tidak terlalu rumit disesuaikan dengan isi produk dan sesuai dengan keinginan

konsumen, tanggapan responden yang menyatakan ketidaksetujuan adalah sebesar 26% (TS dan STS) mereka kurang menyukai bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store. Dan yang lainnya menjawab ragu-ragu 27% (RR)

Tabel 4.12

Tanggapan responden mengenai kemasan Yogya Sunda Departement Store bermanfaat dalam menjaga isinya dari segala kerusakan

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	26	26%
S	42	42%
RR	19	19%
TS	13	13%
STS	0	0%
Total	100	100%

Pada tabel 4.12 terlihat tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan atas kemasan dapat bermanfaat dalam menjaga isinya dari segala kerusakan sebesar 68% (SS dan S), dikarenakan pengepresan yang dilakukan Yogya Sunda Departement Store sudah baik, ada juga jawaban responden yang menyatakan ketidaksetujuan yaitu sebesar 13% (TS) ini mungkin disebabkan responden menganggap kemasan kurang bisa menjaga isi dari produknya. Dan yang menyatakan ragu-ragu sebesar 19% (RR)

Tabel 4.13

Tanggapan responden mengenai kemasan dari Yogya Sunda Departement Store bisa dimanfaatkan lagi setelah isinya digunakan

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	22	22%
S	33	33%
RR	20	20%
TS	25	25%
STS	0	0%
Total	100	100%

Tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan ada sebesar 55% (SS dan S) ini berarti bahwa kemasan tersebut bisa dimanfaatkan lagi setelah isinya digunakan, sedangkan ada jawaban responden yang menyatakan ketidaksetujuan, adalah sebesar 25% (TS) ini mungkin dikarenakan bahwa kemasannya tidak bisa dimanfaatkan lagi setelah isinya digunakan, kemasannya hanya dapat digunakan sekali pakai dan yang menjawab ragu-ragu sebesar 20% (RR)

Tabel 4.14

Tanggapan responden mengenai model/bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store sudah menarik

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
SS	7	7%
S	19	19%
RR	45	45%
TS	29	29%
STS	0	0%
Total	100	100%

Tanggapan responden yang menyatakan kesetujuan ada sebesar 26%, responden 26% (SS dan S) yang menyatakan tidak setuju sebesar 29% dan yang lainnya menjawab ragu-ragu sebesar 45% mengenai model/bentuk kemasan dari Yogya Sunda Departement Store sudah menarik ini dikarenakan kemasan yang dimiliki Yogya Sunda Departement Store berbeda memiliki ciri dengan kemasan Departement Store/toserba yang lain.

Bagian II

Peryataan responden mengenai persepsi pembeli dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini :

Tabel 4.15

Tanggapan responden mengenai kemasan produk yang ditawarkan Yogya Sunda Departement Store sudah menarik dari Toserba lainnya

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat menarik	19	19%
Menarik	28	28%
Cukup menarik	32	32%
Tidak menarik	21	21%
Sangat tidak menarik	0	0%
Total	100	100%

Dapat dilihat pada tabel 4.15 tanggapan responden mengenai ketertarikan terhadap kemasan produk yang ditawarkan Yogya Sunda Departement Store ada yang menyatakan sangat menarik sebesar 19%, menarik 28%, cukup menarik 32%, dikarenakan kemasannya memiliki bahan baku (plastik) yang baik, bentuk kemasannya serta ukurannya yang sesuai dengan keinginan konsumen. Responden yang menjawab tidak menarik sebesar 21% dan yang menyatakan sangat tidak menarik sebesar 0%

Tabel 4.16

Tanggapan responden mengenai harga yang ditawarkan oleh Yogya Sunda Departement Store

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat murah	16	16%

Murah	29	29%
Cukup murah	28	28%
Mahal	26	26%
Sangat mahal	0	0%
Total	100	100%

Dari tabel diatas tanggapan responden yang menyatakan harga sangat murah 16%, murah 29%, cukup murah 28% dikarenakan harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan produk yang ditawarkan mahal 26% dan yang menyatakan sangat mahal 0%

Tabel 4.17

Tanggapan responden mengenai promosi kemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat sering dilakukan	8	8%
Sering dilakukan	8	8%
Cukup sering	38	38%
Jarang	30	30%
Sangat jarang	16	16%
Total	100	100%

Dari tanggapan responden diatas mengenai promosi kemasan yang dilakukan oleh Yogya Sunda Departement Store yang menyatakan sangat sering dilakukan 8%, sering dilakukan 8%, cukup sering 38%, jarang 30% dan yang menyatakan sangat jarang 16%, hal tersebut dikarenakan dibandingkan Departement Store/toserba yang lain, Yogya Departement Store jarang melakukan promosi.

Tabel 4.18

Tanggapan responden mengenai kemasan produk Yogya Sunda Departement Store dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat berpengaruh	31	31%
Berpengaruh	34	34%
Cukup berpengaruh	26	26%
Tidak berpengaruh	9	9%
Sangat tidak berpengaruh	0	0%
Total	100	100%

Dari tabel 4.18 tanggapan responden mengenai kemasan produk Yogya Sunda Departement Store dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli yang menyatakan sangat berpengaruh 31%, berpengaruh 34%, cukup berpengaruh 26%, tidak berpengaruh 9% dikarenakan memiliki kemasan yang cukup baik dilihat dari bahan baku kemasan bentuknya, ukurannya dan faktor lain, dan yang menyatakan sangat tidak berpengaruh 0%.

Tabel 4.19

Tanggapan responden megenai kemudahan dalam mendapatkan tranfortasi umum menuju Yogya Sunda Departement Store

Keterangan nilai	Frekuensi	Presentase
Sangat mudah	11	11%
Mudah	23	23%
Cukup mudah	29	29%
Tidak mudah	18	18%
Sangat tidak mudah	19	19%
Total	100	100%

Dari tabel 4.19 tanggapan responden mengenai kemudahan dalam mendapatkan tranfortasi umum menuju Yogya Sunda Departement Store, yang menyatakan sangat mudah ada 11%, mudah 23%, cukup mudah 29% dikarenakan lokasi Yogya Sunda Departement Store sangat strategis karena terletak di sekitar pusat kota, dan yang memjawab tidak mudah sebesar 18%, sangat tidak mudah 19%.

Tabel 4.20

Tanggapan responden mengenai kenyamanan cuonter/outlet Yogya Sunda Departement Store

Keterangan nilai	Frekuensi	Presentase
Sangat nyaman	39	39%
Nyaman	37	37%
Cukup nyaman	24	24%
Tidak nyaman	0	0%
Sangat tidak nyaman	0	0%
Total	100	100%

Dari tabel 4.20 tanggapan responden megenai kenyamanan cuonter/outlet Yogya Sunda Departement Store yang menyatakan sangat nyaman 39%, nyaman 37%, cukup nyaman 24% karena arena berbelanja cukup luas, memiliki sirkulasi udara yang cukup baik, dan yang menjawab tidak nyaman dan sangat tidak nyaman sebesar 0%.

Tabel 4.21 .

Tanggapan responden mengenai kecepatan pelayanan yang diberikan oleh Yogya Sunda Departement Store

Keterangan nilai	Frekuensi	Presentase
Sangat cepat	28	28%
Cepat	32	32%
Cukup cepat	22	22%
Tidak cepat	18	18%
Sangat tidak cepat	0	0%
Total	100	100%

Dari tabel diatas jawaban responden mengenai kecepatan pelayanan yang diberikan oleh Yogya Sunda Departement Store yang menyatakan sangat cepat 28%, cepat 32%, cukup cepat 22%, hal ini dikarenakan Yogya Sunda Departement Store memiliki jumlah karyawan yang cukup banyak, memiliki karyawab yang sudah terlatih, cepat tanggap dan yang menjawab tidak cepat 18% dan yang menyatakan sangat tidak cepat 0%.

Tabel.4.22

Tanggapan responden mengenai keramahan karyawan Yogya Sunda Departement Store

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat ramah	27	27%
Ramah	36	36%
Cukup ramah	30	30%
Tidak ramah	7	7%
Sangat tidak ramah	0	0%
Total	100	100%

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN

Dari tabel diatas jawaban responden mengenai keramahan karyawan Yogya Sunda Departement Store yang menyatakan sangat ramah 27%, ramah 36%, cukup ramah 30%, dikarenakan semua karyawan telah mendapatan pelatihan bagaimana menghadapai para konsumen, dan yang menjawab tidak ramah 7% dan yang menyatakan sangat tidak ramah 0%

Tabel.4.23

Tanggapan responden mengenai kemasan Yogya Sunda Departement Store yang dibuat bisa melindungi isi produk

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sangat melindungi	36	36%
Melindungi	34	34%
Cukup melindungi	30	30%
Tidak melindungi	0	0%
Sangat tidak melindungi	0	0%
Total	100	100%

Dari tabel diatas jawaban responden mengenai kemasan Yogya Sunda Departement Store yang dibuat bisa melindungi isi produk yang menyatakan sangat melindungi 36%, melindungi 34%, cukup melindungi 30%, dikarenakan pada tahap pengepresan tahap ini dilakukan dengan cukup baik sehingga dapat melindungi isi produk dan yang menyatakan tidak melindungi serta sangat tidak melindungi 0%.

Tabel.4.24

Tanggapan responden mengenai kemasan yang dibuat oleh Yogya Sunda Departement Store mencerminkan model, warna, teks sesuai dengan isi produk

Keterangan Penilaian	Frekuensi	Presentase
Sudah sesuai	-	0%
Sesuai	10	10%
Cukup sesuai	40	40%
Tidak sesuai	39	39%
Sangat tidak sesuai	11	11%
Total	100	100%

Dari tabel diatas jawaban responden mengenai kemasan yang dibuat oleh Yogya Sunda Departement Store mencerminkan model, warna, teks sesuai dengan isi produk yang menyatakan sangat sesuai ada 0%, sesuai 10%, cukup sesuai 40%, hal ini dikarenakan kemasan yang dibuat disesuaikan dengan isi produk tidak sesuai 39%, dan yang menyatakan sangat tidak sesuai11%

Adapun analisa kuantitatif yang dilakukan yaitu dengan menggunakan metode statistik analisa koefisien korelasi rank spearman (rs). Koefisien korelasi tersebut berfungsi untuk dapat mengukur derajat hubungan antara dua variable (x dan y) yang memiliki skala ordinal, dimana nilai rs berkisar antara $-1 \leq rs \leq 1$.

- **Koefisien korelasi rank Sprearman**

$$rs = 1 - \frac{6\sum di^2}{n(n^2-1)}$$

$$rs = 1 - \frac{6 \cdot 116}{100(100^2-1)}$$

$$rs = 1 - \frac{684}{999.900}$$

$$rs = 1 - 0{,}00068$$

$$rs = 0{,}99$$

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.25	Sangat rendah
0.25-0.50	Cukup rendah/lemah
0.51-0.75	Cukup tinggi/cukup kuat
0.76-1.00	Tinggi/kuat, hubungan yang sempurna

- **Koefisien Determinasi r^2**

$$d = r^2 x 100\%$$

$$d = 0{,}99 x 100\%$$

$$d = 0{,}99$$

Batas koefisien determinasi adalah : $0 \leq r \leq 1$

- **Uji Hipotesis**

Berdasarkan hipotesis yang diajukan penulis dan untuk mengetahui apakah hipotesis tersebut diterima atau tidak, maka dilakukan pengujian sebagai berikut:

Ho : $\rho = 0$, maka kemasan tidak berperan dalam keputusan membeli konsumen

Hi : $\rho \neq 0$, maka kemasan berperan dalam keputusan membeli konsumen

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0,99\sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,99^2}}$$

$$= \frac{0,99\sqrt{98}}{\sqrt{1-0,98}}$$

$$= \frac{0,99(9,89)}{\sqrt{0,02}}$$

$$= \frac{9,79}{0,14}$$

$$= 69,92$$

Perhitungan dari t tabel :

Dik = 100-2 =98

A : B = C : D

(98-60) : (120-60) = (x-2,000) : (1,980-2,000)

38 : 60 = (x – 2,000) : -0,02

60x – 120 = -0,76

60x = - 0,76 + 120

60x = 119,24

x = 1,9873

x = 1,98

Dari perhitungan diatas diketahui :

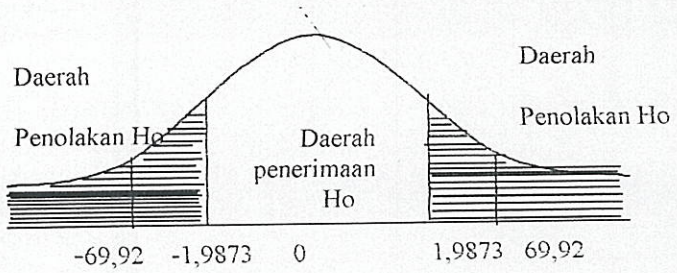
$t_{hitung} = 69{,}92$

$t_{tabel} = 1{,}98$

Hal ini berati t hitung > t table (69,92 > 1,98), maka Ho ditolak. Ini menunjukan bahwa kemasan berperan dalam keputusan pembelian konsumen.

Dari tabel perhitungan diatas diketahui koefesien korelasi untuk kemasan menunjukan hubungan yang sangat tinggi. Hal ini berati koefesien korelasi untuk kemasan sangat berperan dalam keputusan pembelian konsumen, dimana dapat dilihat dari rs yang menunjukkan 0,99 (sangat tinggi/hubungan sempurna) serta t hitung > t table yang berati Ho ditolak dan H1 diterima.

Berdasarkan perhitungan diatas maka dinyatakan bahwa t hitung jatuh pada daerah penolakan Ho, sehingga dapat dinyatakan Ho ditolak dan H1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa kemasan sangat berperan dalam keputusan pembelian konsumen.



Gambar 4.2. Kurva Daerah Penerimaan Ho dan Penolakan

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

- **Uji Regresi**

Tabel 4.25
Penolong Untuk Menghitung
Korelasi Rank Spearman

X	Y	rank X	rank Y	di	di²	X²	Y²	XY
344	373	4	6	-2	4	118336	139129	128312
355	393	5	8	-3	9	126025	154449	139515
262	289	2	1	1	1	68644	83521	75718
390	410	8	10	2	4	152100	168100	159900
290	402	3	9	6	36	84100	161604	116580
415	366	10	5	5	25	172225	133956	151890
370	327	6	3	3	9	136900	106929	120990
383	381	7	7	0	0	146689	145161	145923
406	351	9	4	5	25	164836	123201	142506
249	304	1	2	-1	1	62001	92416	75696
3464	3596				114	1231856	1308466	1257030

$$\sum X_i = 3464$$
$$\sum Y_i = 3596$$
$$\sum di^2 = 114$$
$$\sum X^2 = 1231856$$
$$\sum Y^2 = 1308466$$
$$\sum XY^2 = 1257030$$

$$a = \frac{\sum Y_i \sum X_i^2 - \sum X_i \sum X_i Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$a = \frac{3596 \cdot 1231856 - 3464 \cdot 1257030}{100 \cdot 1231856 - (3464)^2}$$

$$a = \frac{4429754176 - 4354351920}{123185600 - 11999296}$$

$$a = \frac{75402256}{111186304}$$

$$a = 0{,}67$$

$$b = \frac{n\sum X_i Y - \sum X_i \sum Y_i}{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{100 \cdot 1257030 - 3464 \cdot 3596}{100 \cdot 1231856 - 11999296}$$

$$b = \frac{125703000 - 12456544}{123185600 - 11999296}$$

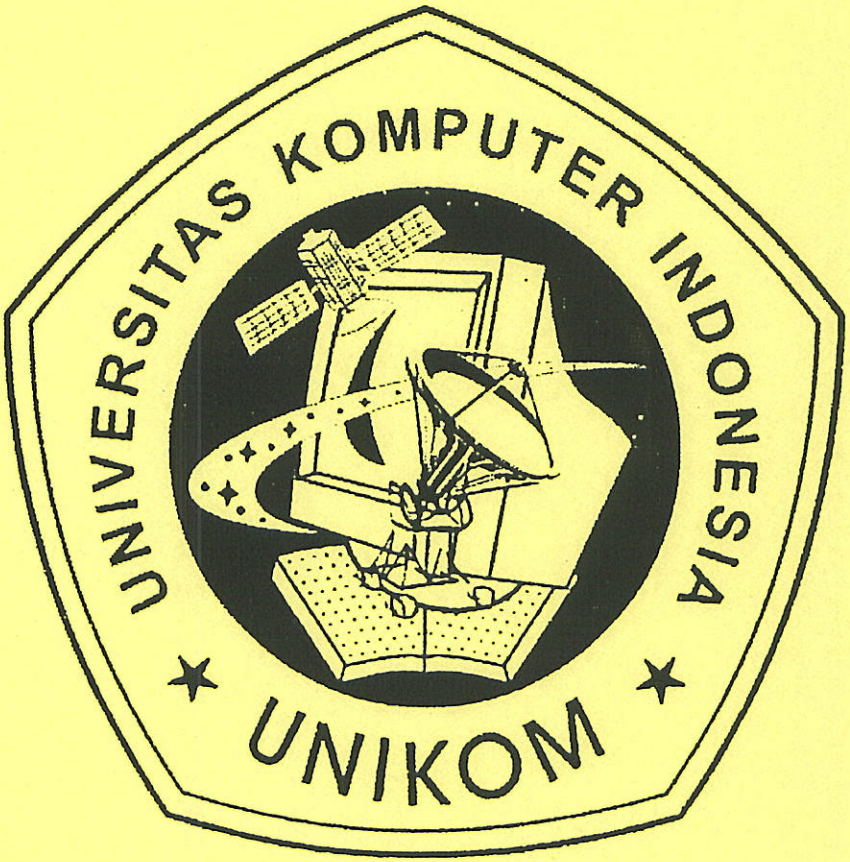
$$b = \frac{113246456}{111186304}$$

$$b = 1{,}02$$

$$Y = a + bx$$

$$Y = 0{,}67 + 1{,}02X$$

Dari perhitungan diatas diketahui bahwa kemasan sangat mempengaruhi keputusan membeli.


UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
UNIKOM