

ABSTRAK

Gregoria Agustinus :

Skripsi

Faktor-faktor merchandising yang menentukan minat beli konsumen Depeche Men Surabaya Town Square

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor merchandising apa saja yang menentukan minat beli konsumen di Depeche Men Surabaya Town Square. Penelitian ini dilatar belakangi oleh penurunan omset Depeche Men padahal toko ini sudah mengalami periode renovasi yang memakan dana yang cukup besar. Selain itu berbagai fenomena kebutuhan sandang bagi sebagian masyarakat yang sudah bergeser juga melatar belakangi alasan penelitian ini. Depeche Men Surabaya Town Square adalah suatu toko retail yang menjual kebutuhan fashion bagi para pria yang sudah berdiri sejak 2009 dan dapat bertahan hingga saat ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode kuisioner terhadap 50 orang responden, yang merupakan konsumen dari Depeche Men Surabaya Town Square yang berusia diatas 18 tahun dengan teknik purposive sampling. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis faktor dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah menunjukkan terdapat enam faktor baru yaitu: faktor kenyamanan, faktor koordinat, faktor persepsi, faktor promosi, faktor fasilitas, dan faktor kreatifitas. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini hendaknya Depeche Men Surabaya Town Square memperhatikan keempat faktor tersebut agar konsumen tetap merasa puas.

Kata Kunci : Faktor Kenyamanan, Faktor Koordinat, Faktor Persepsi, Faktor Promosi, Faktor Fasilitas, dan Faktor Kreatifitas.