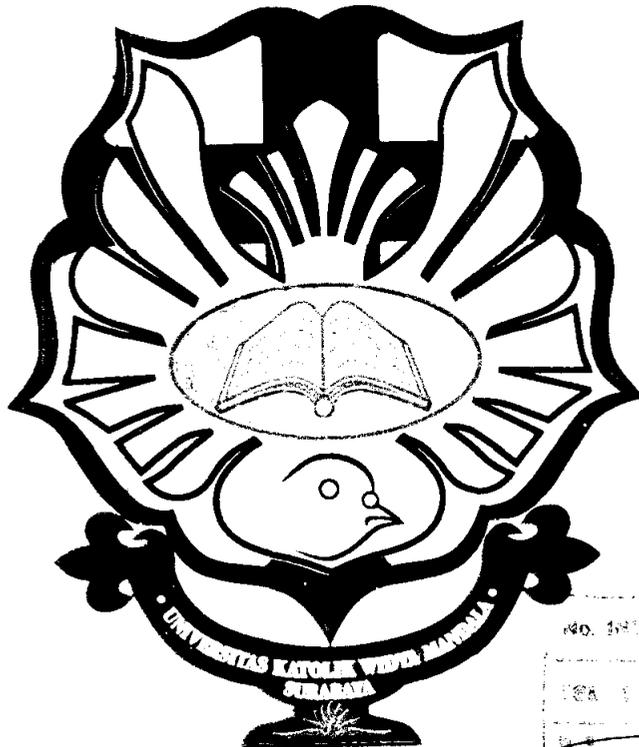


MANAJEMEN KATEGORI UNTUK MENUNJANG
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM
INDUSTRI RITEL



NO. BUKU	5687/13
TAHUN	26-2-2013
NO. HALAMAN	FB
NO. KEMUKA	FB-21
	Ham
	m
LOKASI	

OLEH :

RENDI HAM

3103102404

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2007

**MANAJEMEN KATEGORI UNTUK MENUNJANG KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DALAM INDUSTRI RITEL**

TUGAS AKHIR
Diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH :

RENDI HAM

3103102404

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA**

2007

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

**MANAJEMEN KATEGORI UNTUK MENUNJANG KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DALAM INDUSTRI RITEL**

OLEH :

RENDI HAM

3103102404

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KEPADA TIM PENILAI



PEMBIMBING, Diyah Tulipa, SE., MM

Tanggal, 22 Mei 2007

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh : Rendi Ham

NRP : 3103102404

Telah disajikan pada tanggal 13 Juli 2007 dihadapan Tim Penilai,

Ketua Tim Penilai:

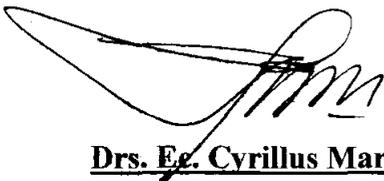


Drs. Ec. Tri Haryono

Mengetahui

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. Cyrillus Martono, Msi



Margaretha Ardhanari, SE., MSi

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan rahmat dan karuniaNya, akhirnya penulis dapat mengajukan makalah ini sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya. Penulis menerima kritik dan saran untuk penyempurnaan makalah ini.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, saran-saran, dan kritik, waktu dan tenaga sehingga makalah ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih tersebut, penulis sampaikan kepada :

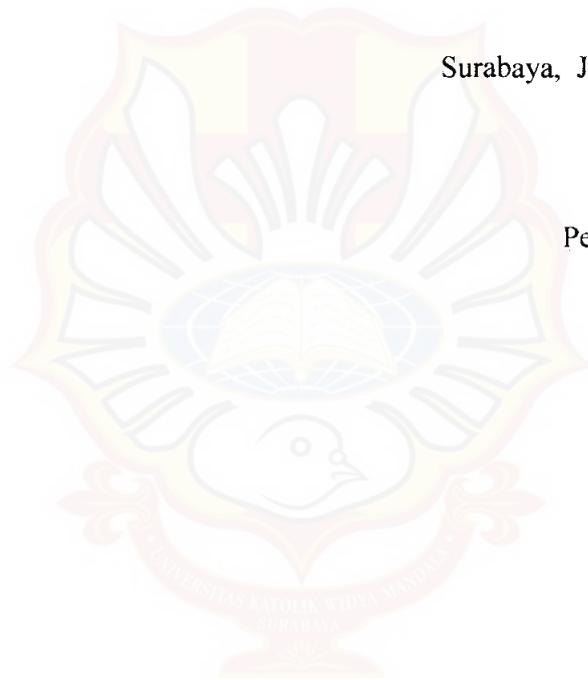
1. Bapak Drs. EC. C. Martono, M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE., MSi. Kepala jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya.
3. Ibu Diyah Tulipa, SE., MM. Dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan tentang program untuk menyelesaikan makalah ini.
4. Para Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di Universitas Katolik Widya Mandala, Surabaya yang banyak membantu penulis dalam belajar.
5. Semua rekan dan sahabat serta semua pihak yang turut serta membantu kelancaran penyusunan makalah ini.

Penulis mendoakan semoga Tuhan Yang Maha Pengasih, membalas segala kebaikan dan budi mereka dengan berkat yang melimpah. Sebagai akhir

kata, penulis mempersembahkan makalah ini kepada semua pembaca, dan semoga bermanfaat untuk para pembaca.

Surabaya, Januari 2007

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
ABSTRAKSI	v
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan	1
1.2 Pokok Bahasan.....	3
1.3 Tujuan Pembahasan.....	3
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN	4
2.1 Format Retail	4
2.2 Ragam Barang Dagangan	7
2.3 Barang Dagangan	9
2.4. Fungsi Manajemen Kategori Barang Dagangan	10
2.5. Tahapan Dalam Manajemen Kategori.....	12
2.6. Keputusan Pembelian	14

3.2 Peranan Kategori Barang Dagangan	21
BAB 4 : SIMPULAN.....	27
DAFTAR KEPUSTAKAAN	



ABSTRAKSI

Bisnis ritel merupakan salah satu sektor bisnis yang perkembangannya sangat pesat melebihi sektor bisnis yang lain. Perkembangan ini tentu diimbangi dengan meingkatnya persaingan sesama peritel itu sendiri. Oleh sebab itu, peritel diharuskan untuk mampu bersaing agar bisa tetap *survive*, yaitu dengan melakukan berbagai macam strategi, entah itu melalui pengelolaan *merchandise*, *promotion*, *price*, hingga *service*. Salah satu strategi penting adalah melalui pengelolaan *merchandise*, mulai dari proses pembelian, kategorisasi hingga proses penyajiannya..

Retailer harus memahami komponen-komponen dasar dalam cara penyajian barang-barang, apa pengaruhnya terhadap tingkat penjualan, termasuk di dalamnya adalah pemilihan tipe perabotan yang sesuai guna menunjang keputusan pembelian konsumen

Retailer harus membuat sebuah sistem keragaman barang dagangan melalui proses kategorisasi dengan tujuan mempermudah *retailer* untuk menentukan dimana barang harus ditempatkan. Dalam proses penyajian *retailer* menggunakan peta yang dikenal sebagai planogram yang merupakan petunjuk letak dimana barang-barang (SKU) harus di tempatkan. Susunan *merchandise assortment* akan tercipta melalui penetapan dan pemeliharaan suatu sistem klasifikasi barang secara hirarkis dan pemeliharaan barang secara hirarkis dan sistematis (*category role*) dengan tujuan agar mempermudah *retailer* dalam mengelola *merchandise* dan menentukan *lay out*, membuat struktur organisasi lebih efektif, serta mudah dalam menetapkan suatu strategi dengan tujuan akhir adalah semakin menunjang keputusan pembelian dan meningkatkan transaksi pembelian konsumen.