

UNIVERSITAS  BAKRIE

**POLA PERSEPSI KONSUMEN  
PADA KAFE TANAMERA *COFFEE* DAN KAFE PAVILIUN 28  
DALAM KONTEKS PENERAPAN *VISUAL MERCHANDISING***

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Manajemen (S2)**



**PERMATA NIRWANA SARI**

**2131021008**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**JAKARTA 2015**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar**

**Nama : Permata Nirwana Sari**

**NIM : 2131021008**

**Tanda Tangan**

**: **

**Tanggal**

**:**


HALAMAN PENGESAHAN


Tesis ini diajukan oleh


Nama : Permata Nirwana Sari  
NIM : 2131021008  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pola Persepsi Konsumen Pada Kafe Tanamera *Coffee* dan Paviliun 28 dalam Konteks Penerapan *Visual Merchandising*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen – Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Wahyudi David, S.TP., MSc.Dr (  16.05.15 )

Penguji 1 : Ardiansyah, S.TP., MSi., Ph.D (  10.9.15 )

Penguji 2 : B.P. Kusumo Bintoro, Ir., MBA (  )

Ditetapkan di : .....

Tanggal : .....

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayahnyalah penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen – Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih khususnya kepada :

1. Dr. agr. Wahyudi David, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk penyusunan Tesis ini;
2. Ketua Program Studi S2 Magister Manajemen Ir.B.P. Kusumo Bintoro, MBA;
3. Kedua orang tua, Sarwoto, S.Ars dan Anugrah Nur Indah, M.Si, serta saudara tercinta Santi Hana Pertiwi, S.KM, dan Dea Noor Adiati, S.KM yang tidak pernah berhenti mendoakan dan selalu memberikan dukungan sepenuhnya;
4. Pihak Kafe Tanamera *Coffee* dan Kafe Paviliun 28 yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh daya yang saya perlukan;
5. Sahabat yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan Tesis ini; dan
6. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu dan semoga Tesis ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran dan manfaat bagi siapa saja yang membutuhkan guna menambah ataupun melengkapi pengetahuannya

Jakarta, Agustus 2015

Penulis

PERMATA NIRWANA SARI

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Permata Nirwana Sari  
NIM : 2131021008  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pola Persepsi Konsumen Pada Kafe Tanamera dan Paviliun 28  
dalam Konteks Penerapan *Visual Merchandising*


Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pola Persepsi Konsumen Pada Kafe Tanamera *Coffee* dan Paviliun 28  
dalam Konteks Penerapan *Visual Merchandising*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : Agustus 2015

Yang menyatakan

  
(.....)

**POLA PERSEPSI KONSUMEN  
PADA KAFE TANAMERA DAN PAVILIUN 28  
DALAM KONTEKS PENERAPAN *VISUAL MERCHANDISING***

**PERMATA NIRWANA SARI**

---

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pola Persepsi Konsumen Terhadap Penerapan *Visual Merchandising* di Kafe Tanamera *Coffee* dan Kafe Paviliun 28. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Tanamera *Coffee* dan Paviliun 28 dengan melibatkan 50 responden dari masing-masing kafe yang dilakukan pada bulan Juli 2015. Data penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada para konsumen yang datang di Tanamera *Coffee* dan Paviliun 28 dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak terkait. Hasil penelitian mengindikasikan adanya pengaruh yang kuat antara penerapan *Visual Merchandising* terhadap persepsi konsumen, khususnya beberapa elemen *Visual Merchandising* seperti aroma, properti dan pencahayaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah konsumen akan melakukan pembelian ulang di Tanamera *Coffee* dan Paviliun 28 jika pelayanan dan penerapan *Visual Merchandising* di Tanamera dan Paviliun 28 dapat memuaskan konsumennya.

**Kata Kunci** : Kafe, *Visual Merchandising*, persepsi, penerapan, sikap konsumen

*The purpose of this study is to discover the perception of customer perception pattern through the implementation of Visual Merchandising at Tanamera Coffee and Paviliun 28. Population in this research is the customer Tanamera Coffee and Paviliun 28 involving 50 respondents from each cafe was conducted in July 2015. The research data obtained from questionnaires distributed to consumers who coming at Tanamera Coffee and Paviliun 28 and some observation as well as interview with the relevant parties The result indicates that implementation of Visual Merchandising have strong impact to customer perception, particularly some elements of Visual Merchandising such as aroma, properties and lighting. The conclusion of this study is that consumers will make purchases at Tanamera Coffee and Paviliun 28 if the service and implementation of Visual Merchandising at Tanamera and Paviliun 28 can satisfy customers.*

**Keywords** : *Café, Visual Merchandising, perception, implementation, customer behaviour*

DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	<b>i</b>
<b>Pernyataan Orisinalitas</b> .....	<b>ii</b>
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	<b>iii</b>
<b>Ucapan Terima Kasih</b> .....	<b>iv</b>
<b>Persetujuan Publikasi</b> .....	<b>v</b>
<b>Abstrak</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar isi</b> .....	<b>vii</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>ix</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>x</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Penulisan .....	5
1.3 Identifikasi Masalah .....	5
1.4 Manfaat Penulisan .....	5
1.4.1 Manfaat Akademik .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
<b>BAB II DESKRIPSI OBJEK</b>	
2.1 Tanamera <i>Coffee</i> .....	6
2.1.1 Sejarah Tanamera <i>Coffee</i> .....	6
2.1.2 Lokasi dan Konsep .....	6
2.1.3 Pengunjung .....	8
2.2 Paviliun 28.....	8
2.2.1 Sejarah Paviliun 28.....	8
2.2.2 Lokasi dan Konsep .....	9
2.2.3 Pengunjung .....	11
<b>BAB III TINJAUAN PUSTAKA</b>	
3.1 Definisi Konseptual .....	12
3.1.1 Persepsi Konsumen .....	12
3.1.2 Proses Persepsi .....	13
3.1.3 Faktor Persepsi .....	21
3.1.4 <i>Visual Merchandising</i> .....	27
3.1.5 Pengertian <i>Store Atmosphere</i> .....	27
3.1.6 Tujuan dan Faktor <i>Store Atmosphere</i> .....	28
3.1.7 Elemen <i>Store Atmosphere</i> .....	29
3.2 Telaah Teori yang Relevan.....	35
3.3.1 Persepsi Konsumen .....	35
3.3.2 <i>Visual Merchandising</i> .....	35
3.3 Kerangka Pikir.....	35

<b>BAB IV METODE PENELITIAN</b>	
4.1 Obyek Studi.....	36
4.2 Metode yang Digunakan .....	36
4.3 Metode Pengumpulan Data .....	37
4.4 Teknik Sampling .....	38
4.5 Oprasionalisasi Variabel.....	39
4.5.1 Variabel Bebas.....	39
4.5.2 Variabel Terikat.....	39
4.6 Teknik Analisis.....	39
4.6.1 Pengumpulan Data.....	39
4.6.2 Teknik Pengolahan Data.....	40
4.6.3 Penyajian Data.....	40
4.7 Instrumen.....	40
<b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
5.1 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	41
5.1.1 Karakteristik Responden .....	41
5.1.2 Diagram Tebar <i>Visual Merchandising</i> .....	46
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	51
6.2 Saran.....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	53
<b>LAMPIRAN</b> .....	55



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.01	Area Display Tanamera <i>Coffee</i> .....	7
Gambar 2.02	Suasana Ruangan Tanamera <i>Coffee</i> .....	8
Gambar 2.03	Area Display Paviliun 28 .....	10
Gambar 2.02	Suasana Ruangan Paviliun 28 .....	10
Gambar 3.01	Tahap Proses Persepsi .....	16
Gambar 3.02	Tiga Level dan Empat Tipe Realitas .....	19
Gambar 3.03	Model Penerimaan Makanan-Pilgrim .....	21
Gambar 3.04	Faktor yang Mempengaruhi Prefrensi Makanan-Randall & Sanjur .....	23
Gambar 3.05	Faktor yang Mempengaruhi Prefrensi Makanan-Kahn .....	24
Gambar 3.06	Faktor yang Mempengaruhi Pilihan Makanan .....	25
Gambar 3.07	Model Persepsi Makanan .....	26
Gambar 5.01	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Kelompok Umur di Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28.....	42
Gambar 5.02	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir di Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 .....	43
Gambar 5.03	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan di Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 .....	44
Gambar 5.04	Grafik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan di Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 .....	45
Gambar 5.05	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Kuesioner <i>Visual Merchandising</i> pada Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 Mengenai Aroma Kafe .....	47
Gambar 5.06	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Kuesioner <i>Visual Merchandising</i> pada Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 Mengenai Properti Kafe.....	48
Gambar 5.07	Grafik Distribusi Responden Berdasarkan Kuesioner <i>Visual Merchandising</i> pada Kafe Tanamera <i>Coffee</i> dan Kafe Paviliun 28 Mengenai Pencahayaan Kafe.....	49

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.01	Perkembangan Usaha Restoran/Rumah makan Skala Menengah 2007-2011 .....	2
------------	---	---

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Lembar Kuesioner .....	55
Lampiran 2	Output Hasil Karakteristik Responden .....	67