

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAKS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan.....	5
1.5 Ruang Lingkup.....	5
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
1.7 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Pengertian Ritel dan Supermarket.....	8

2.1.1	Pengertian Ritel.....	8
2.1.2	Pengertian Supermarket.....	9
2.2	Layout Toko Ritel.....	10
2.2.1	Elemen Dalam Layout Toko.....	12
2.2.1.1	Alokasi Ruang	13
2.2.1.2	Traffic Flow.....	14
2.2.1.3	Penentuan Kebutuhan Ruang.....	17
2.2.1.4	Pemetaan Dalam Toko.....	18
2.2.1.5	Pengaturan Produk Individual.....	18
2.2.2	Prinsip Layout.....	19
2.3	Analisis Tata Letak.....	20
2.3.1	Arus Lalulintas Pengunjung Toko.....	21
2.3.1.1	Penetration Dispersion Quotient (PDQ).....	23
2.3.2	Retail Layout Rules Of Thumbs.....	25
2.3.3	Space Productivity Index.....	25
2.4	Penelitian Terdahulu.....	27
2.5	Kerangka Berpikir Teoritis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Definisi Operasional.....	29
3.2	Obyek Penelitian.....	30
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	31
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.4.1	Wawancara.....	32

3.4.2 Observasi.....	33
3.5 Metode Analisis Data.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
4.1.1 Gambaran Umum Luwes Ungaran.....	34
4.1.2 Gambaran Sampel dan Tata Letak Luwes	36
4.1.2.1 Gambaran Sampel Berdasarkan usia.....	36
4.1.2.2 Gambaran Sampel Berdasarkan	
Jenis Kelamin	37
4.1.2.3 Gambaran sampel Berdasarkan	
Jenis Pekerjaan.....	37
4.1.2.4 Gambaran sampel Berdasarkan	
Tujuan Pembelian.....	38
4.1.2.5 Tata Letak Supermarket Luwes.....	39
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	41
4.2.1 Penetration Dispersion Quotient (PDQ).....	41
4.2.2 Retail Rules of Thumb.....	44
4.2.2.1 High-Draw Items	44
4.2.2.2 High Impulse dan	
High Margin item.....	44
4.2.2.3 Produk Kuat.....	45
4.2.2.4 Bagian Akhir Lorong	45
4.2.2.5 Misi.....	46
4.2.3 Pembahasan dan Alternatif Perbaikan tata letak.....	48

4.2.3.1 Pembahasan.....	48
4.2.3.2 Usulan Alternatif Perbaikan Tata Letak	
Supermarket Luwes.....	51
4.2.3.2.1 Alternatif Perbaikan I.....	51
4.2.3.2.2 Alternatif Perbaikan II.....	53
4.2.3.2.3 Alternatif Perbaikan III.....	55
4.2.3.3 Pemilihan Alternatif tata letak	
Supermarket Luwes.....	57
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan.....	60
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.3 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66