







dan bernilai sangat tinggi, karena semakin baik tampilan yang ada pada brosur indomaret tersebut, maka semakin tinggi minat yang ada pada masyarakat untuk melihat brosur tersebut. Dan juga sebaliknya, semakin rendah nilai tampilan yang ada di brosur tersebut, maka semakin rendah juga minat beli yang ada pada masyarakat

Dari wawancara yang sebelumnya, dapat di paparkan bagaimana persepsi masyarakat terhadap brosur indomaret tersebut, yaitu bahwasannya sebagian masyarakat merasa cukup puas dengan tampilan yang ada pada brosur tersebut, menurut sebagian masyarakat tampilan yang ada pada brosur indomaret tersebut cukup menarik, dari segi warna maupun tulisan yang terdapat pada brosur tersebut cukup jelas, sehingga tidak mempersulit konsumen dalam melihat dan membaca produk-produk yang terdapat pada brosur tersebut.

Dari pendapat konsumen tentang tampilan brosur diatas, bahwasannya terdapat nilai positif terhadap tampilan yang ada pada brosur indomaret.

Tetapi ada juga sebagian dari masyarakat yang beranggapan tampilan pada brosur indomaret tersebut sangat buruk atau tidak menarik. Karena sebagian konsumen tersebut melihat brosur yang ada pada indomaret sangat cenderung monoton (tidak berubah-ubah).

Dari beberapa pandangan dan pendapat para konsumen indomaret diatas, bahwasannya dari segi tampilan pada brosur indomaret cukup memuaskan, sehingga mereka tidak merasa dipersulit dengan tampilan yang ada pada brosur indomaret tersebut, meskipun ada sebagian masyarakat yang beranggapan dengan tampilan brosur indomaret tersebut sangat buruk tetapi itu tidak mempengaruhi minat masyarakat untuk melihat brosur indomaret.

Dari sisi gambar, gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan atau menghiasi fakta yang mungkin cepat akan dilupakan atau diabaikan tidak digambarkan, karena gambar merupakan media yang relative mudah ditinjau dari segi apapun.

Selain itu gambar merupakan sesuatu yang dapat dilihat oleh masyarakat luas. Banyak macam-macam jenis gambar, namun disini gambar yang disajikan merupakan gambar pada brosur indomaret.

Gambar yang terdapat pada brosur indomaret merupakan sajian gambar yang dituntut untuk memberikan kesan baik pada tampilan gambar yang ada pada brosur indomaret tersebut, sehingga mendukung minat dari masyarakat untuk memiliki ketertarikan pada produk-produk yang ada pada gambar brosur tersebut. Apalagi dalam tata letak

gambar, ketebalan gambar, kejelasan gambar produk yang ada pada brosur dan lain-lain, merupakan salah satu cara untuk menarik minat beli pada masyarakat, sehingga dari pihak konsumen tidak dipersulit dengan gambar yang ada pada brosur tersebut dan dengan cara tersebut dapat meningkatkan daya tarik membeli pada masyarakat. Tetapi apabila gambar pada brosur indomaret tersebut buram atau tidak jelas dan sulit untuk dimengerti oleh konsumen, maka minat konsumen dalam melihat gambar produk yang ada pada brosur tersebut kurang, sehingga akan menimbulkan tidak ada ketertarikan pada masyarakat dalam melihat gambar-gambar produk yang ada pada brosur tersebut.

Masyarakat beranggapan pada gambar brosur indomaret yang buram atau tidak jelas, membuat konsumen merasa dipersulit dengan tulisan yang ada digambar, dan juga minat masyarakat untuk membeli pada produk indomaret melalui brosur menjadi berkurang, mereka lebih condong untuk membeli langsung pada minimarket (indomaretnya) tersebut, agar gambar maupun tulisan yang ada di kemasan (merek) lebih jelas dan dapat dilihat.

Warna merupakan elemen dalam seni untuk membangun kesan yang dapat mempengaruhi perasaan orang lain, dimana dalam sebuah brosur, kehadiran warna sangat

penting untuk menambah daya tarik masyarakat terhadap minat baca dan minat beli masyarakat terhadap brosur tersebut. Ketertarikan masyarakat terhadap warna yang ada pada gambar merupakan nilai yang paling penting untuk menumbuhkan rasa kesukaan maupun kenyamanan dalam melihat gambar yang ada dalam brosur tersebut.

Warna yang terkesan monoton (terpaut pada satu warna) dapat memberikan efek negatif atau kesan negatif dari masyarakat, sehingga daya tarik untuk melihat brosur jadi berkurang. Sedangkan warna yang cerah, ramai, simpel tetapi tidak monoton, dapat membuat daya tarik masyarakat untuk melihat. Sehingga daya tarik maupun minat baca masyarakat terhadap brosur semakin tinggi.

Sedangkan warna yang abstrak atau tidak terlihat (buram) membuat masyarakat tidak tertarik untuk melihat gambar tersebut, sehingga daya tariknya terhadap gambar pada brosur semakin menurun, karena ketidakjelasan pada gambar membuat masyarakat bertanya-tanya tentang gambar tersebut.

Warna merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap brosur, sehingga warna yang terkesan tidak jelas akan menurunkan minat baca atau minat untuk melihat brosur berkurang (negative), sehingga keinginan untuk membeli itu semakin menurun (berkurang).

penting untuk menambah daya tarik masyarakat terhadap minat baca dan minat beli masyarakat terhadap brosur tersebut. Ketertarikan masyarakat terhadap warna yang ada pada gambar merupakan nilai yang paling penting untuk menumbuhkan rasa kesukaan maupun kenyamanan dalam melihat gambar yang ada dalam brosur tersebut.

Warna yang terkesan monoton (terpaut pada satu warna) dapat memberikan efek negatif atau kesan negatif dari masyarakat, sehingga daya tarik untuk melihat brosur jadi berkurang. Sedangkan warna yang cerah, ramai, simpel tetapi tidak monoton, dapat membuat daya tarik masyarakat untuk melihat. Sehingga daya tarik maupun minat baca masyarakat terhadap brosur semakin tinggi.

Sedangkan warna yang abstrak atau tidak terlihat (buram) membuat masyarakat tidak tertarik untuk melihat gambar tersebut, sehingga daya tariknya terhadap gambar pada brosur semakin menurun, karena ketidakjelasan pada gambar membuat masyarakat bertanya-tanya tentang gambar tersebut.

Warna merupakan salah satu cara untuk dapat meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap brosur, sehingga warna yang terkesan tidak jelas akan menurunkan minat baca atau minat untuk melihat brosur berkurang (negative), sehingga keinginan untuk membeli itu semakin menurun (berkurang).



Dalam brosur indomaret, masyarakat beranggapan bahwa brosur tersebut kurang berkesan, karena dilihat dari segi warna, maupun kecerahan sangat rendah, sehingga keinginan untuk melihat dan membaca isi brosur menjadi berkurang. Kurangnya minat membaca masyarakat pada brosur diakibatkan pada warna brosur yang buram, terkadang warna pada brosur tidak jelas sehingga membuat gambar dan tampilan yang ada pada brosur tidak menarik, ketidakjelasan tulisan diakibatkan dari warna pada brosur tidak jelas, dan juga gambar yang tidak jelas karena kurangnya ketebalan pada warna yang ada pada brosur. Sehingga minat masyarakat untuk membaca brosur tersebut menjadi menurun.

Ketertarikan masyarakat terhadap brosur indomaret sangatlah penting, karena dengan adanya minat dari masyarakat untuk membaca dan melihat isi brosur indomaret tersebut merupakan nilai positif dari masyarakat untuk menumbuhkan keinginan dalam membeli produk yang ada pada minimarket tersebut (indomaret).

Sedangkan warna pada brosur yang tidak jelas atau buram membuat masyarakat tidak memiliki keinginan dalam melihat maupun membeli produk yang ada di indomaret. Apalagi warna pada brosur lebih dominan pada warna merah,

sehingga membuat masyarakat bosan dan malas untuk membacanya.

Warna brosur indomaret yang terkesan selalu memakai warna merah membuat orang tidak tertarik, meskipun warna merah merupakan *icon* dari indomaret sendiri tetapi warna yang terpaku pada satu warna saja membuat daya tarik masyarakat terhadap brosur menjadi menurun, dan daya beli melalui brosur berkurang, sehingga masyarakat lebih cenderung untuk membeli langsung pada minimarket (indomaret) tersebut.

Jadi warna merupakan salah satu cara untuk menunjang keinginan masyarakat atau daya tarik masyarakat terhadap gambar yang ada pada brosur untuk melihat dan membeli barang yang ada pada brosur tersebut, sehingga dapat menimbulkan ketertarikan tersendiri dan kesan tersendiri dari brosur tersebut.

Produk merupakan suatu hubungan terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau pembelian dengan melihat kelengkapan produk yang terdapat didalam swalayan.

Produk dalam istilah pemasaran atau (marketing) adalah bentuk fisik barang yang ditawarkan dengan seperangkat citra (*image*) dan jasa (*service*) yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Jadi produk merupakan segala sesuatu

yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi sebagai pemenuhan kebutuhan dan keinginan produsen yang bersangkutan. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau manfaat tertentu.

Dalam sebuah swalayan seperti minimarket, kelengkapan produk sangatlah penting, karena dengan kelengkapan produk yang ada di indomaret dapat menunjang keinginan masyarakat untuk membeli.

Kelengkapan barang yang ada di indomaret merupakan nilai positif dari ketertarikan minat beli masyarakat. Apabila produk yang ada di indomaret sangat komplit dan lengkap, maka minat beli masyarakat sangat tinggi. Karena dilihat dari letak atau lokasi indomaret yang mudah dijumpai dan dijangkau oleh konsumen, sehingga memudahkan masyarakat untuk membeli barang-barang atau perlengkapan di minimarket (indomaret) tersebut. Masyarakat juga tidak perlu jauh-jauh ke swalayan besar untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan.

Sebagian masyarakat beranggapan bahwa barang yang dijual di indomaret kurang lengkap, karena terkadang barang yang di cari oleh masyarakat tidak ada di indomaret alias tidak

dijual di indomaret, sehingga masyarakat kesulitan dalam mencari barang-barang atau perlengkapan yang dibutuhkan.

Namun ada sebagian masyarakat yang menyatakan barang yang ada di indomaret sangat lengkap, karena setiap barang yang dibutuhkan atau keperluan yang diinginkan selalu didapatkan di indomaret.

Menurut masyarakat pada indomaret yaitu pentingnya kelengkapan barang yang dijual di indomaret, karena dengan kelengkapan barang tersebut masyarakat dapat membeli kebutuhan sewaktu-waktu di indomaret tanpa mencari barang tersebut di swalayan besar maupun minimarket-minimarket lainnya. Apalagi indomaret mudah dijumpai dan letaknya sangat strategis dengan rumah masyarakat.

Indomaret merupakan swalayan kecil (minimarket) yang dapat dijumpai di setiap komplek atau rumah penduduk, lokasi yang strategis menunjang minat beli masyarakat, sehingga barang-barang yang ada di indomaret juga harus lengkap.

Dengan minat kunjung seperti itu, kelengkapan barang sangat dibutuhkan demi memuaskan minat beli masyarakat terhadap barang-barang yang ada di indomaret. Namun apabila barang-barang yang ada di indomaret kurang lengkap, kemungkinan minat beli masyarakat sangat kurang, sehingga



yang mencantumkan harga pada produk yang akan dijual produsen kepada konsumen akan memberikan stimuli bahwa barang atau produk tersebut harganya sekian dan akan melekat untuk di ingat oleh konsumen.

Pada prinsipnya indomaret adalah minimarket yang menjual produk-produk dalam negeri dan akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi harga barang yang diberikan terhadap konsumen terhadap brosur indomaret. Kualitas dan harga barang yang diberikan pada brosur indomaret adalah merupakan cara bagi indomaret untuk memasarkan produk melalui brosur tersebut, apalagi indomaret lokasinya sangat strategis dengan pemukiman masyarakat, bagi konsumen maupun pelanggan, harga barang menjadi berarti dalam membeli barang. Sehingga indomaret harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Sehingga masyarakat tidak merasa dikecewakan dengan harga barang yang ada di indomaret.

Pada dasarnya brosur merupakan cara alternatif bagi pemasaran indomaret agar masyarakat dapat mengetahui harga barang-barang maupun produk yang ada di indomaret. Kepuasan

konsumen merupakan hal terpenting bagi produsen untuk meningkatkan pemasaran yang ada di indomaret. Dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harga barang yang dirasakan oleh masyarakat. Jika harga barang yang dirasakan di bawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika harga barang yang dirasakan sesuai dengan harapan maka konsumen merasa puas. Dan jika harga barang yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Masalah harga sangatlah sulit bagi dunia penjualan karena harga merupakan hal yang sulit atau rumit untuk ditentukan. Banyaknya perbandingan harga pada masyarakat terhadap harga membuat minimarket (indomaret) harus pintar-pintar dalam menentukan harga. Tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan bagi minimarket (indomaret) tersebut.

## **B. Konfirmasi Temuan dengan Teori**

Untuk menghasilkan suatu teori baru atau pengembangan teori yang sudah ada, maka hasil temuan dalam penelitian ini dicari relevansinya dengan teori- teori yang sudah ada dan berlaku dalam dunia ilmu pengetahuan sebagai langkah selanjutnya dalam penelitian skripsi ini ini adalah konfirmasi dan perbandingan antara beberapa temuan yang didapat dari lapangan tersebut.

Berdasarkan hasil dari temuan dalam penelitian ini yakni mendikripsikan bagaimana Persepsi Konsumen terhadap Tampilan Brosur Indomaret. Ketika dikonfirmasi antara temuan penelitian dilapangan dengan teori ternyata ada kesesuaian dan berikiut penjelasnya.

Dalam proses persepsi perlu adanya perhatian sebagai langkah persiapan dalam persepsi itu. Hal tersebut karena keadaan menunjukkan bahwa individu tidak hanya dikenai oleh 1 stimulus saja, tetapi individu dikenai berbagai macam stimulus yang ditimbulkan oleh keadaan sekitarnya. Namun demikian tidak semua stimulus mendapatkan respon individu untuk dipersepsi. Stimulus mana yang akan dipersepsi atau mendapatkan respon dari individu tergantung pada perhatian individu yang bersangkutan.

Adapun hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah adanya faktor intern dan ekstern yang mempengaruhi proses persepsi. Dalam suatu masyarakat akibat diberikan stimulus berupa



brostur indomaret, konsumen ada yang berpendapat dari sisi tampilan pada Brosur Indomaret bahwasannya sebagian masyarakat merasa cukup puas dengan tampilan yang ada pada brostur tersebut, menurut sebagian masyarakat tampilan yang ada pada brostur indomaret tersebut cukup menarik, dari segi warna maupun tulisan yang terdapat pada brostur tersebut cukup jelas, sehingga tidak mempersulit konsumen dalam melihat dan membaca produk-produk yang terdapat pada brostur tersebut. Karena cover atau tampilan awal dalam sebuah brostur sangat menentukan minat konsumen untuk melihat lebih lanjut mengenai brostur indomaret.

Demikian pula dari sisi gambar pada brostur indomaret, persepsi konsumen mengenai gambar pada brostur indomaret bahwa gambar pada brostur indomaret sebenarnya sudah cukup menarik, namun kekurangannya gambar dengan tulisan produknya terkadang kurang jelas, sehingga membuat konsumen merasa bingung. Informasi sebuah produk pada gambar sangat berpengaruh yang menimbulkan persepsi bahwasannya gambar pada brostur tersebut tidak menarik.

Dari segi warna juga mendapat perhatian, yang mana perhatian tersebut berupa persepsi konsumen. Warna pada brostur indomaret cenderung monoton dan kurang menarik.

Dari segi kelengkapan barang pada brostur, persepsi muncul dari benak masyarakat, yakni barang atau produk yang indomaret tawarkan melalui brostur belum sepenuhnya lengkap dan cenderung

tidak sesuai antara promosi yang ada dibrosur dengan yang ada ditokonya. Seperti yang diungkapkan salah satu konsumen bahwasannya barang yang ada pada brosur, tidak didapatkan pada tokonya langsung.

Dari segi pengetahuan, stimulus berupa brosur indomaret menimbulkan pengetahuan masyarakat, yang mana masyarakat dapat mengetahui harga barang yang ada di indomaret tanpa harus mengunjungi tokonya langsung. Dengan adanya brosur tersebut masyarakat juga dapat membedakan harga barang yang ada di indomaret dengan harga barang yang ada dipasar.