

ABSTRAKSI

Etalase merupakan salah satu faktor yang penting untuk memajang produk pada toko khususnya toko pakaian. Ada dua tipe etalase yang selama ini umum dipakai oleh toko pakaian yaitu etalase dengan bentuk *flat* dan etalase dengan bentuk *arcade*. Desain atau bentuk etalase dipercaya dapat mempengaruhi persepsi dan minat pelanggan toko pakaian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi dan minat untuk masuk toko pelanggan atas etalase *flat* dan *arcade*, serta mengetahui pengaruh persepsi pelanggan atas etalase terhadap minat pelanggan untuk masuk toko pakaian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah eksperimen laboratorium. responden diberi gambar digital etalase *flat* dan *arcade* secara artifisial, kemudian responden diminta mengisi kuisioner persepsi atas elemen gambar digital etalase (X) dan minat untuk toko (Y). Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari 100 orang responden yang berstatus sebagai mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Airlangga. Metode yang penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, dengan metode *accidental sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *paired t test* dan *simple linier regression* yang diolah menggunakan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan yang signifikan pada persepsi dan minat pelanggan atas etalase *flat* dan etalase *arcade*. Etalase tipe *flat* mempunyai nilai rata-rata persepsi (3,94) dan minat (4,07) yang lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata persepsi (2,66) dan minat (2,83) etalase tipe *arcade*. Hasil uji regresi pengaruh persepsi terhadap minat untuk tipe *flat* adalah :

$$Y_f = 1,134 + 0,744 X_f$$

Sedangkan hasil uji regresi pengaruh persepsi terhadap minat untuk tipe *arcade* adalah:

$$Y_a = 0,515 + 0,868 X_a$$

Sehingga ada pengaruh yang signifikan persepsi pelanggan toko pakaian di Surabaya terhadap minat untuk masuk toko pada tipe etalase *flat* dan tipe etalase *arcade*. Pengaruh lebih besar terdapat pada etalase tipe *arcade* sebesar 43% dibandingkan *flat* yang memiliki pengaruh sebesar 28%.

Kata kunci : etalase toko pakaian, persepsi pelanggan, minat untuk masuk toko pakaian