

ABSTRAK

Toserba merupakan salah satu bentuk ritel yang menyediakan berbagai kebutuhan yang dibutuhkan konsumen, Saat ini toserba ataupun *supermarket* sangat marak berada dimanapun, dimana tujuan didirikannya toserba ini adalah untuk memenuhi harapan konsumen akan produk yang mereka butuhkan dengan kenyamanan dan kemudahan saat berbelanja. Seiring dengan tingkat persaingan yang terjadi dalam industri ritel pada saat ini amat tinggi. Dalam persaingan yang tinggi tersebut, perusahaan harus memilih dan menggunakan strategi yang tepat yang dapat memenangkan persaingan ketat yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini. Dengan melihat keadaan persaingan yang terjadi dalam industri ritel sekarang ini, penulis berharap dapat melakukan penelitian terhadap persaingan dalam industri ritel sehingga menemukan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen pada Toserba “X” di Bandung. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data. Toserba “X” senantiasa menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan juga kepada konsumen juga sangat mempengaruhi maka Toserba “X” menggunakan cara harga silang yaitu dimana pada salah satu produk Toserba “X” menjual dengan harga murah sedangkan pada produk lain menjual dengan harga yang cukup tinggi. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh Toserba “X” adalah : kegiatan promosi intern dan kegiatan promosi ekstern. Konsumen dapat mengetahui keunggulan dari Toserba “X” sehingga menimbulkan keinginan atau ketertarikan untuk melakukan pembelian sehingga mengakibatkan minat beli konsumen mengalami peningkatan.

Kata kunci: ritel, toserba

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Kegunaan Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
1.6. Metodologi Penelitian.....	8
1.7. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	

2.1.	Penjualan Eceran	
2.1.1.	Pengertian Penjualan Eceran.....	9
2.1.2.	Pengertian Pengecer.....	10
2.2.	Klasifikasi dan Pengertian Penjualan Eceran.....	12
2.2.1.	Pengertian dan Jenis Toko Pengecer.....	13
2.3.	Bauran Penjualan Eceran.....	17
2.4.	Minat Beli Konsumen.....	20
2.5.	Faktor-Faktor Yang Mendorong Minat Beli Konsumen pada Toserba “X” di Bandung.....	24
2.6.	Peranan Bauran Penjualan Eceran Dalam Menumbuhkan Minat Beli Konsumen.....	26
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1.	Metode Yang Digunakan.....	29
3.2.	Operasional Variabel.....	30
3.2.1.	Pengukuran Variabel.....	33
3.2.2.	Transformasi Skala Pengukuran.....	33

3.3.	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	35
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Profil Perusahaan.....	41
4.1.1.	Sejarah Perusahaan.....	41
4.1.2.	Struktur Organisasi.....	45
4.1.3.	Deskripsi Jabatan.....	46
4.2.	Pelaksanaan <i>Retail Mix</i> yang Diterapkan pada Toserba “X” di Bandung.....	51
4.3.	Peranan <i>Retail Mix</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	54
4.4.	Hasil Pengumpulan Data.....	54
4.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59
4.5.1	Uji Validitas.....	59
4.6.	Uji Reliabilitas.....	61
4.7.	Pengujian Hipotesis.....	65

4.8.	Kesimpulan dan Analisis.....	67
------	------------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan.....	69
------	-----------------	----

5.2.	Saran.....	71
------	------------	----

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	31
Tabel 4.1	Jenis Kelamin.....	55
Tabel 4.2	Usia.....	55
Tabel 4.3	Pekerjaan.....	56
Tabel 4.4	Pengeluaran.....	56
Tabel 4.5	Pengetahuan Konsumen Tentang Toserba “X”.....	57
Tabel 4.6	Pengalaman Berbelanja Konsumen di Toserba “X”.....	57
Tabel 4.7	Sumber Informasi Tentang Keberadaan Toserba “X”.....	58
Tabel 4.8	Produk Yang Sering Dibeli Konsumen di Toserba “X”.....	58
Tabel 4.9a	KMO and Bartlett’S Test.....	59
Tabel 4.9b	Rotated Component Matrix (a).....	60
Tabel 4.10a	Reliability Statistics (1).....	62
Tabel 4.10b	Item-Total Statistics (1).....	63

Tabel 4.10c Reliability Statistics (2).....	63
Tabel 4.10d Item-Total Statistics (2).....	64
Tabel 4.10e Reliability Statistics (3).....	64
Tabel 4.10f Item-Total Statistics (3).....	64
Tabel 4.11a Model Summary.....	65
Tabel 4.11b Anova.....	66
Tabel 4.11c Coefficients (1).....	66
Tabel 4.11d Coefficients (2).....	67

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Struktur Organisasi Perusahaan
- Lampiran 3 : Surat Tanda Selesai Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 : Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 5 : Riwayat Hidup