

ABSTRACT

Nama : Juvietta Florentia
Judul : Pengaruh Ritel Mix terhadap Minat beli
Konsumen pada PT. Hero Supermarket
Bandung
Tanggal : Bandung
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. Sucherly, SE., MS.

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 PT. Hero Supermarket Bandung.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode survei dengan mengambil sample dari suatu populasi sebagai alat pengumpul data.

Setelah melakukan penelitian pada PT. Hero Supermarket penulis berkesimpulan bahwa PT. Hero Supermarket senantiasa menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Harga yang ditawarkan juga kepada konsumen juga sangat mempengaruhi maka PT. Hero Supermarket menggunakan cara harga silang yaitu dimana pada salah satu produk PT. Hero Supermarket menjual dengan harga murah sedangkan pada produk lain menjual dengan harga yang cukup tinggi. Kegiatan-kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Hero Supermarket adalah : kegiatan promosi intern dan kegiatan promosi ekstern.

Penulis juga berkesimpulan konsumen dapat mengetahui keunggulan dari PT. Hero Supermarket sehingga menimbulkan keinginan atau ketertarikan untuk melakukan pembelian sehingga mengakibatkan minat beli konsumen mengalami peningkatan.

DAFTAR ISI

Abstrak.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Uraian Pokok Masalah.....	2
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4. Kegunaan Penelitian.....	3
1.5. Kerangka Pemikiran.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Penjualan Eceran.....	8
2.1.1. Pengertian Penjualan Eceran.....	8
2.1.2. Pengertian Pengecer.....	9
2.2. Klasifikasi dan Pengertian Penjualan Eceran.....	11
2.2.1. Pengertian dan Jenis Toko Pengecer.....	12
2.3. Bauran Penjualan Eceran.....	16
2.4. Minat Beli Konsumen.....	19
2.5. Peranan Bauran Penjualan Eceran Dalam Menumbuhkan Minat Beli Konsumen.....	25

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Yang Digunakan.....	28
3.2. Operasional Variabel.....	29
3.2.1. Pengukuran Variabel.....	35
3.2.2. Transformasi Skala Pengukuran.....	36
3.3. Sumber dan Cara Penentuan Data.....	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5. Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Perusahaan.....	43
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan PT. Hero Supermarket Tbk.....	43
4.1.2. Struktur Organisasi PT. Hero Supermarket Tbk.....	44
4.2. Pelaksanaan Retail Mix Yang Diterapkan Hero Supermarket Bandung.....	47
4.3. Peranan Retail Mix Terhadap Minat Beli Konsumen.....	50
4.3.1. Kinerja Retail Mix (Variabel x).....	51
4.3.2. Minat Beli Konsumen (Variabel y).....	61
4.3.3. Pengukuran Kuatnya Peranan Retail Mix Terhadap Minat Beli Konsumen.....	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1	Operasional Variabel Retail Mix dan Minat Beli Konsumen PT. Hero Supermarket Bandung.....	30
Tabel 4.3.1	Lokasi.....	51
Tabel 4.3.2	Keamanan Lokasi.....	51
Tabel 4.3.3	Desain Gedung.....	52
Tabel 4.3.4	Layout.....	52
Tabel 4.3.5	Papan Nama.....	53
Tabel 4.3.6	Penataan Barang.....	53
Tabel 4.3.7	Produk Berkualitas Baik.....	54
Tabel 4.3.8	Selera Konsumen.....	54
Tabel 4.3.9	Kualitas Produk.....	55
Tabel 4.3.10	Jumlah Produk.....	55
Tabel 4.3.11	Kebutuhan Konsumen.....	56
Tabel 4.3.12	Tingkat Harga.....	56
Tabel 4.3.13	Harga Sesuai Dengan Kualitas.....	57
Tabel 4.3.14	Iklan.....	57
Tabel 4.3.15	Informasi Barang Baru.....	58
Tabel 4.3.16	Tema Iklan.....	58
Tabel 4.3.17	Spesial Event.....	59
Tabel 4.3.18	Lahan Parkir.....	59
Tabel 4.3.19	Aktivitas Pelayanan.....	60

Tabel 4.3.20	Karyawan.....	60
Tabel 4.3.21	Informasi Produk.....	61
Tabel 4.3.22	Tingkat Pembelian Konsumen.....	61
Tabel 4.3.23	Perbandingan Hero Supermarket Dengan Supermarket Lain	62
Tabel 4.3.24	Tingkat Ketertarikan Konsumen.....	62
Tabel 4.3.25	Kelengkapan Barang.....	63
Tabel 4.3.26	Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson.....	64
Tabel 4.3.27	Perhitungan Keberartian Koefisien Korelasi.....	65