

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN DALAM MEMILIH PASAR SWALAYAN DI PT. HERO SUPERMARKET, TBK

Aa Awalludien, Budi Sulisty, SE MM.

Penulisan Ilmiah, Fakultas Ekonomi, 2007

Universitas Gunadarma

<http://www.gunadarma.ac.id>

kata kunci : penelitian konsumen

Abstraksi :

Perkembangan bisnis eceran tidak terlepas dari faktor meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan per kapita penduduk Indonesia sehingga menyebabkan taraf hidup masyarakat Indonesia yang semakin meningkat. Hal ini membawa dampak kepada pola berbelanja seseorang untuk menuntut di mana tempat berbelanja yang nyaman dan dapat menyediakan segala kebutuhan konsumen dalam satu lokasi semakin dibutuhkan. Oleh karena itu PT. Hero Supermarket, Tbk, harus mengetahui dan mengevaluasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu pasar swalayan yang terdiri dari delapan dimensi yaitu harga, lokasi, keragaman dan mutu barang, fisik swalayan, iklan, promosi penjualan, pramuniaga, dan pelayanan. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dengan pengambilan sampel convenience. Dari penelitian tersebut di peroleh hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih pasar swalayan di PT. Hero Supermarket, Tbk. berdasarkan kriteria penilaiannya dapat disimpulkan sebagai berikut : 1). Kriteria sangat baik yang meliputi harga produk yang sesuai dengan segmen pasar, letak yang strategis, kelengkapan variasi dan jenis barang, dan pelayanan transaksi yang cepat. 2). Baik meliputi potongan harga, mutu produk yang tinggi, iklan yang dapat dipercaya, penukara barang yang cacat, sarana parkir, tata letak barang yang teratur, keramahan dan kesopanan pramuniaga, suasana swalayan yang nyaman dan dekorasi swalayan yang menarik. 3). Cukup baik meliputi undian berhadiah, pemberian hadiah langsung, pengetahuan pramuniaga atas produk yang ditawarkan dan iklan yang menarik.