

Image konsumen terhadap psaraya big & beautiful

Evi Adelina Dewan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184098&lokasi=lokal>

Abstrak

Sertambahnya berbagai department store yang baru, tentu saja mengakibatkan tingkat persaingan dalam usaha perdagangan eceran semakin tajam. Maka perlu bagi suatu department store (Pasaraya Big & Beautiful) mengusahakan suatu image yang baik di mata konsumen agar konsumen mau datang ke department store tersebut. Untuk itu diperlukan penelaahan sejauh mana Pasaraya Big & Beautiful sudah dapat memberikan image yang baik kepada target marketnya. Penelitian ini menggunakan alat bantu kuesioner dan metode analisa Distribusi Frekuensi, Semantic Differential dan Chi- Square. Dari hasil penelitian diketahui bahwa lokasi merupakan hal yang penting bagi konsumen dalam memilih tempat berbelanja. Lokasi Pasaraya Big & Beautiful yang strategis merupakan pendorong utama bagi konsumen untuk berbelanja di Pasaraya Big & Beautiful. Pasaraya Big & Beautiful memberikan suatu image yang positif akan kelengkapan barang, kualitas barang, pelayanan terhadap konsumen, display dan dekorasi. Pasaraya Big & Beautiful juga mempunyai image yang negatif akan harga, sarana dan prasarana. Oleh karena itu Pasaraya Big & Beautiful disarankan untuk memperbaiki image yang negatif tersebut dan meningkatkan image yang sudah positif. Melihat Pasaraya Big & Beautiful melayani konsumen menengah keatas, maka sangatlah perlu untuk memperhatikan store atmosphere yang tepat.