

Identifikasi alasan-alasan shoppers memilih minimarket sebagai tempat berbelanja = Identification of reasons why shoppers shop at minimarket

Monica Cravenetya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20329741&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen ketika memutuskan berbelanja di minimarket. Penelitian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap exploratory research. Tahap pertama adalah pengumpulan faktor-faktor melalui open ended questionnaire kepada sejumlah kecil respondent. Kemudian variabel yang terkumpul diolah untuk penyusunan kuesioner yang disebarakan kepada responden dalam jumlah yang lebih besar. Hasil survei kemudian diolah menggunakan analisa faktor untuk mengetahui variabel-variabel yang memiliki interdependensi yang kuat. Hasil penelitian ini berupa faktor-faktor yang berperan ketika shoppers memutuskan untuk berbelanja di minimarket untuk menjelaskan fenomena kesuksesan perkembangan minimarket di Indonesia.

<hr>

This thesis is analyzing factors that influence shoppers when they decide to shop in minimarket. This research was conducted in several phases. First phase is exploratory research where small number of respondents fills in the open-ended questionnaires as a tool to collecting the factors. Furthermore, all collected factores were processed into a questionnaire which then distributed to a bigger number of respondents. The survey result is analyzed using factor analysis to group variables which has a strong interdependency. The factors derived from the analysis explain the reason why people choose to shop in minimarket and describe the "booming" minimarket phenomenon in Indonesia.