

Analisis persepsi konsumen terhadap bauran pemasaran dari convenience store: Studi Kasus Toko 7- Eleven di Jakarta = Analysis of consumer perception towards convenience marketing mix. case study: 7-Eleven in D.K.I. Jakarta

Sihombing, Feris Aldo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20340297&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan industri ritel pada tahun-tahun belakangan ini terlihat sangat pesat dan menjanjikan. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya pesaing baru di industri ini dan juga semakin banyaknya jumlah toko yang dibuka oleh pemain lama di industri retail. Dalam karya tulis ini akan dilihat mengenai salah satu bentuk ritel yang juga mengalami perkembangan yang signifikan yaitu, industri convenience store. Convenience store adalah toko pengecer yang menjual jenis item produk yang terbatas, bertempat di tempat yang nyaman dan jam buka panjang. Dengan semakin banyaknya benucunan convenience store baru tentunya memicu ketatnya persaingan di industri ini. salah satu pesaing baru dalam industri ini adalah 7-Eleven. Di tengah persaingan yang ketat, 7-Eleven harus mampu mendapatkan konsumen ada dapat bertahan di industri ini, dengan memahami perilaku konsumen dalam melakukan keputusan berbelanja di sebuah convenience store memungkinkan sebuah convenience store untuk berada di industri ini dalam waktu yang cukup lama. Dari penelitian ini diketahui bahwa konsumen mementingkan atribut-atribut untuk melakukan kegiatan berbelanja di convenience store; Kebersihan area toko, Harga-barga produk yang kompetitif, Pelayanan pelanggan, Kemudahan dalam melakukan pembayaran, Area toko yang luas untuk beraktivitas, Kenyamanan tata ruang toko, Lokasi toko mudah dicapai.

The development of retail industry in these few years has been quite profound and promising as well. All of these can be seen by the amount of new competitors in the industry and also the increasing numbers of new outlets owned by pre-existing competitors in the industry. This thesis will analyze another form of retail, which also have a significant improvement, convenience store. Convenience store is a retail shop that sells selected items, located in a comfortable area and open in a long hours. A long side with the increasing numbers of convenience store it also trigger a tight competition in this industry. One of the latest competitor is 7-Eleven in a more rigorous competition 7-Eleven must be able to obtain consumers to survive in the industry. By understanding consumer behavior in deciding consumption in a convenience store, enabling a new competitors to sustain in the industry for a long period of time. This thesis acknowledge a certain amount of important attributes, which consumers use to help them decide whether they should buy in a certain convenience store or not. These are those important attributes ; store cleanliness, competitive price of product customer services, convenience in making payment, spacious shop area for doing activities, convenience store layout, easy access to the shop.