

ABSTRAK SKRIPSI

Dalam kehidupan kota saat ini yang diwarnai kesibukan, waktu merupakan pertimbangan seseorang untuk melakukan segala sesuatunya. Hal ini mengakibatkan pula perubahan gaya hidup seseorang di dalam berbelanja, yakni lebih memperhatikan efisiensi dan kepraktisan. Oleh karena itu akhir-akhir ini banyak sekali didirikan minimarket-minimarket.

Minimarket merupakan salah satu bentuk usaha eceran, sehingga setiap minimarket menjalankan kebijakan retail mix. Pelaksanaan retail mix tersebut harus selalu di evaluasi supaya tetap sesuai dengan target pasarnya.

Kunci permasalahan dalam retail mix ini adalah apakah kebijakan retail mix yang dijalankan oleh "Jaya" minimarket sudah berhasil, baik secara mayor maupun secara minor. Sedangkan tujuan penelitian diadakan adalah untuk mengetahui keberhasilan dari kebijakan retail mix yang dijalankan oleh "Jaya" minimarket baik secara mayor maupun secara minor. Pembahasan hanya dibatasi pada kebijakan retail mix yang dijalankan oleh "Jaya" minimarket yang meliputi: fasilitas fisik, produk, harga, promosi dan layanan.

Ditinjau dari kategori hasilnya, skripsi ini termasuk jenis riset konklusif, yang tergolong dalam bentuk riset deskriptif. Sedangkan menurut komposisi ilmiahnya, skripsi ini disusun dalam bentuk argumentasi.

Retail mix merupakan variabel dalam penelitian ini, dengan dimensi-dimensi retail mix sebagai subvariabel-subvariabelnya. Sifat hubungan antara variabelnya adalah saling membedakan tanpa hubungan sebab akibat atau ketergantungan.

Data untuk analisis berupa data primer yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan kuesioner.

Target populasinya adalah semua konsumen yang pernah berbelanja di "Jaya" minimarket di Surabaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah quota sampling. Responden yang dituju adalah konsumen yang pernah berbelanja di "Jaya" minimarket minimal sebanyak 3 kali dan berusia antara 18-55 tahun. Penelitian ini diadakan pada ruangan berbelanja "Jaya" minimarket dari tanggal 15 juni 1995 hingga 24 juni 1995.

Kuesioner yang disebarakan menggunakan skala pengukuran Semantic Differential Scale, dengan aras pengukuran interval, dengan nilai 1 sampai dengan 7.

Karena aras pengukurannya adalah skala interval, dan hanya ada satu variabel, maka dipergunakan uji t satu rata-rata, dengan tingkat signifikansi sebesar 5%. Sedangkan statistik deskriptif yang digunakan adalah mean dan standar deviasi. Alat pengujian ini digunakan secara keseluruhan, baru kemudian digunakan untuk uji masing-masing dimensi retail mix.

Kuesioner yang disebarakan adalah sebanyak 100 kuesioner, sedangkan yang layak dianalisis hanya 78 kuesioner. Hasil penelitian didapatkan bahwa secara keseluruhan ternyata kebijakan retail mix yang dijalankan oleh "Jaya" minimarket sudah berhasil; demikian juga untuk dimensi fasilitas fisik, produk, harga dan layanan, hanya kebijakan promosi yang dijalankan oleh "Jaya" minimarket yang masih kurang berhasil.